



Universidad  
Tecnológica  
de Pereira

**Plan de negocios de la empresa “Snack Bar Urkunina” en zonas aledañas a la  
Universidad tecnológica de Pereira**

**Ángela María Estupiñán Molina**

**Karen Sofía Caicedo Molina**

Universidad Tecnológica de Pereira

Facultad de Ciencias Empresariales

Ingeniería Industrial

Pereira, Colombia

2020

**Plan de negocios de la empresa “Snack Bar Urkunina” en zonas aledañas a la  
Universidad tecnológica de Pereira**



Universidad  
Tecnológica  
de Pereira

Ángela María Estupiñán Molina

Karen Sofía Caicedo Molina

Asesor (a):

Ph. D. Liliana Margarita Portilla

Universidad Tecnológica de Pereira

Facultad de Ciencias Empresariales

Ingeniería Industrial

Pereira, Colombia

2020

## RESUMEN EJECUTIVO

No cabe duda que un buen plan de negocio es el primer paso hacia el éxito de cualquier empresa, el presente estudio formula un plan de negocios que evidencia alternativas y razones de viabilidad económica y financiera para la empresa “Snack Bar Urkunina”; todo esto en proyección a la materialización de la idea de negocio. Esta investigación adoptó un enfoque de estudio descriptivo, bajo una metodología teórico-práctica que permitió la incorporación del estudio de mercados y la aplicación de herramientas administrativas e ingenieriles para la realización del estudio técnico y la aplicación de cálculos e indicadores del estudio financiero.

Los resultados de este estudio destacan la importancia del plan de negocios, por una parte, el estudio de mercados determinó un alto grado de aceptación de la idea de negocio en el nicho de mercado. Adicionalmente, los aspectos específicos y la estructura organizacional para el desarrollo de la actividad empresarial fueron planteados en el estudio técnico. Finalmente, en el estudio financiero se obtuvieron un conjunto de indicadores positivos que revelan la viabilidad del plan de negocio, en este sentido, ciertos valores como la tasa interna de retorno y el valor presente neto evidencian la rentabilidad del plan de negocios y flujos de caja sólidos en el tiempo que maximizaran la inversión realizada.

Tras la consecución de los estudios; fue evidente que el proyecto es exitoso a mediano y largo plazo; el siguiente paso a seguir y el más satisfactorio será embarcarse en la maravillosa aventura de emprender.

**Palabras Clave:** viabilidad financiera, valor presente neto, tasa interna de retorno, estudio de mercados, estudio técnico, estudio financiero

## ABSTRACT

There is no doubt that a good business plan is the first step towards any company success, the present study formulates a business plan that demonstrate economic and financial viability alternatives and reasons for the business called “Urkunina Snack Bar” , based on projections to make the business idea a reality. This research adopted a descriptive study approach, under a theoretical-practical methodology that allowed the inclusion of the market study and the application of administrative and engineering tools to carry out the technical study and calculations application and indicators of the financial study.

The results of this study show business plan importance, on one hand, the markets research evidences a high degree of acceptance of the business idea in the market niche. Besides, some specific aspects and the organizational structure for the development of the entrepreneurial activity were raised.in the technical study. Finally, the financial study highlights a set of positive indicators that reveal the viability of the business plan, in this sense, some values such as the internal return rate and the net present value demonstrate the viability of the business plan and strong cash flows over time that will maximize the investment made.

Upon the studies completion, it became clear that the project is successful in the medium and long term; the next and most satisfying step will be to embark on the wonderful adventure of undertaking.

**Keywords:** financial viability, net present value, internal return rate, markets research, technical study, financial study

## **TABLA DE CONTENIDO**

### **PRIMERA PARTE ANTEPROYECTO**

1.	ANTECEDENTES .....	15
2.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	19
2.1.	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....	19
3.	OBJETIVOS .....	20
3.1.	OBJETIVO GENERAL .....	20
3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	20
4.	JUSTIFICACIÓN .....	21
5.	MARCO CONCEPTUAL .....	23
6.	MARCO TEORICO .....	26
7.	HIPÓTESIS .....	38
8.	TIPO DE ESTUDIO .....	38
9.	METODOLOGÍA .....	39

### **SEGUNDA PARTE PLAN DE NEGOCIOS**

1.	ESTUDIO DE MERCADO .....	44
1.1.	OBJETIVO GENERAL .....	44
1.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	45
1.3.	ANÁLISIS DEL MERCADO .....	45

1.4.	ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA COMUNA UNIVERSIDAD.....	46
1.5.	ANALISIS DE LA DEMANDA Y PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	62
1.6.	ANÁLISIS DE LA OFERTA O COMPETENCIA .....	62
1.7.	ANÁLISIS DE PRECIO .....	72
2.	ESTUDIO TÉCNICO.....	84
2.1.	OBJETIVO GENERAL .....	84
2.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	85
2.3.	EQUIPOS Y MAQUINARIA.....	85
2.4.	LOCALIZACIÓN .....	87
2.5.	PRESTACIÓN DE SERVICIOS .....	93
2.5.2.	DIAGRAMA DE FLUJO.....	97
2.6.	MAPA DE PROCESOS.....	98
2.7.	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN .....	99
2.8.	RECURSOS MATERIALES.....	100
2.8.1.	MATERIA PRIMA, CIF E INSUMOS .....	101
2.9.	RECURSOS DE ADAPTACIÓN.....	120
2.10.	RECURSOS HUMANOS.....	121
2.11.	RECURSOS FINANCIEROS.....	154
2.12.	CRONOGRAMA DE INVERSIÓN .....	155
3.	ANALISIS ADMINISTRATIVO .....	156

3.1.	MISIÓN.....	156
3.2.	VISIÓN .....	156
3.3.	VALORES CORPORATIVOS.....	157
3.4.	PRINCIPIOS .....	157
3.5.	ESTRATEGIA CORPORATIVA.....	158
3.6.	ESTRUCTURA LEGAL.....	160
4.	ESTUDIO FINANCIERO .....	165
4.1.	OBJETIVO GENERAL .....	166
4.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	166
4.3.	POLÍTICAS RELEVANTES.....	166
4.4.	INVERSIÓN REQUERIDA .....	168
4.5.	PRESUPUESTO COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN (CIF).....	169
4.6.	PRESUPUESTOS GASTOS .....	170
4.7.	COSTO DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA .....	172
4.8.	MATERIALES DIRECTOS TOTALES Y MANO DE OBRA DIRECTA	
TOTAL	195	
4.9.	COSTO DEL PRODUCTO MANUFACTURADO Y VENDIDO.....	196
4.10.	VENTAS TOTALES ESTIMADAS .....	197
4.11.	FLUJO DE CAJA.....	197
4.12.	BALANCE GENERAL .....	200

4.13.	FLUJO LIBRE DE CAJA.....	201
4.14.	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	203
5.	CONCLUSIONES.....	206
	CITAS BIBLIOGRÁFICAS .....	207
	ANEXOS.....	217



## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Barrios que conforman la comuna Universidad.....	27
<b>Tabla 2:</b> Porcentaje de ocupación informal.....	47
<b>Tabla 3.</b> Población proyectada 2018-2020 comuna Universidad.....	48
<b>Tabla 4.</b> <i>Comparativo entre la competencia y Snack Bar Urkunina: Comidas.</i> .....	68
<b>Tabla 5.</b> <i>Comparativo entre la competencia y Snack Bar Urkunina: Bebidas.</i> .....	69
<b>Tabla 6.</b> Comparativo entre la competencia y Snack Bar Urkunina: Empanadas y demás. ...	70
<b>Tabla 7.</b> Cálculo de precio Frito Pastuso.....	73
<b>Tabla 8:</b> Calculo de precio Lapingachos.....	74
<b>Tabla 9.</b> Cálculo de precio Papa Criolla Freída en Cascos. ....	75
<b>Tabla 10.</b> Cálculo de precio Choriza Sandoneña. ....	76
<b>Tabla 11.</b> Cálculo de precio Empanadas de Harina.....	77
<b>Tabla 12.</b> Cálculo de precio Empanadas de Añejo.....	78
<b>Tabla 13.</b> Calculo de precio Quimbolitos.....	79
<b>Tabla 14.</b> Cálculo de precio Hervidos. ....	80
<b>Tabla 15.</b> Cálculo de precio Michelada.....	81
<b>Tabla 16.</b> Cálculo de precio Café Nariñense.....	82
<b>Tabla 17.</b> Cálculo de precio Dulce de Chilacuan. ....	83
<b>Tabla 18.</b> Equipos y maquinaria.....	87
<b>Tabla 19.</b> Cuadro comparativo por puntos. ....	89
<b>Tabla 20.</b> Costos de la materia prima. ....	103
<b>Tabla 21.</b> Costos indirectos de fabricación. ....	106
<b>Tabla 22.</b> Costos de los insumos. ....	106
<b>Tabla 23.</b> Plan de compras. ....	108
<b>Tabla 24.</b> Costos de muebles y enseres. ....	111
<b>Tabla 25.</b> Costos de elementos de la zona de bebidas y pasabocas. ....	112
<b>Tabla 26.</b> Costos de tecnología. ....	116
<b>Tabla 27.</b> Costos de los elementos de aseo.. ....	119
<b>Tabla 28.</b> Costos totales de los recursos materiales. ....	119

<b>Tabla 29.</b> Costos de adaptación del local comercial. ....	120
<b>Tabla 30.</b> Requerimiento personal y sueldos. ....	122
<b>Tabla 31.</b> Manual de funciones manipuladora de alimentos. ....	126
<b>Tabla 32.</b> Manual de funciones asistente de cocina. ....	128
<b>Tabla 33.</b> Manual de funciones mesero/a. ....	130
<b>Tabla 34.</b> Manual de funciones bartender. ....	132
<b>Tabla 35.</b> Manual de funciones repartidor/a. ....	134
<b>Tabla 36.</b> Manual de funciones administrador/a. ....	137
<b>Tabla 37.</b> Manual de funciones gerente ....	139
<b>Tabla 38.</b> Perfil de cargo manipuladora de alimentos. ....	141
<b>Tabla 39.</b> Perfil de cargo asistente de cocina. ....	143
<b>Tabla 40.</b> Perfil de cargo mesero/a. ....	145
<b>Tabla 41.</b> Perfil de cargo bartender. ....	147
<b>Tabla 42.</b> Perfil de cargo repartidor/a. ....	149
<b>Tabla 43.</b> Perfil de cargo administrador/a. ....	151
<b>Tabla 44.</b> Perfil de cargo gerente. ....	153
<b>Tabla 45.</b> Cronograma de actividades apertura de la empresa “Snack Bar Urkunina” .....	156
<b>Tabla 46.</b> Horarios de establecimientos públicos. ....	163
<b>Tabla 47.</b> Inversión inicial requerida. ....	168
<b>Tabla 48.</b> Activos fijos. ....	169
<b>Tabla 49.</b> Presupuesto CIF “Snack Bar Urkunina”. ....	170
<b>Tabla 50.</b> Presupuesto de gastos administrativos. ....	171
<b>Tabla 51.</b> Presupuesto de gastos de ventas. ....	171
<b>Tabla 52.</b> Pronóstico de la demanda para el producto Frito Pastuso. ....	172
<b>Tabla 53.</b> Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Frito Pastuso... 173	173
<b>Tabla 54.</b> Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Frito Pastuso. 173	173
<b>Tabla 55.</b> Costo de producción de Frito Pastuso para el primer año. ....	173
<b>Tabla 56.</b> Calculo del precio de venta de Frito Pastuso para el primer año. ....	174
<b>Tabla 57.</b> Cálculo de las ventas estimadas de Frito Pastuso para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado. ....	174
<b>Tabla 58.</b> Pronóstico de la demanda para el producto Lapingachos. ....	175

<b>Tabla 59.</b> Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Lapingachos. .	175
<b>Tabla 60.</b> Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Lapingachos..	175
<b>Tabla 61.</b> Costo de producción de Lapingachos para el primer año. ....	176
<b>Tabla 62.</b> Cálculo del precio de venta de Lapingachos para el primer año.....	176
<b>Tabla 63.</b> Cálculo de las ventas estimadas de Lapingachos para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado. ....	176
<b>Tabla 64</b> Pronóstico de la demanda para el producto Choriza Sandoneña. ....	177
<b>Tabla 65.</b> Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Choriza Sandoneña. ....	177
<b>Tabla 66.</b> Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Choriza Sandoneña. ....	177
<b>Tabla 67.</b> <i>Costo de producción de Choriza Sandoneña para el primer año.</i> ....	178
<b>Tabla 68.</b> Cálculo del precio de venta de Choriza Sandoneña para el primer año. ....	178
<b>Tabla 69.</b> Cálculo de las ventas estimadas de Choriza Sandoneña para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado. ....	178
<b>Tabla 70.</b> Pronóstico de la demanda para el producto Papa Criolla Freída en Cascos. ....	179
<b>Tabla 71.</b> Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Papa Criolla Freída en Cascos. ....	179
<b>Tabla 72.</b> Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Papa Criolla Freída en Cascos. ....	179
<b>Tabla 73.</b> Costo de producción de Papa Criolla Freída en Cascos para el primer año. ....	180
<b>Tabla 74.</b> Cálculo del precio de venta de Papa Criolla Freída en Cascos para el primer año. ....	180
<b>Tabla 75.</b> Cálculo de las ventas estimadas de Papa Criolla Freída en Cascos para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado. ....	180
<b>Tabla 76.</b> Pronóstico de la demanda para el producto Empanadas de Harina x3.....	181
<b>Tabla 77.</b> Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Empanadas de Harina x3.....	181
<b>Tabla 78.</b> Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Empanadas de Harina x3.....	181
<b>Tabla 79.</b> Costo de producción de Empanadas de Harina x3 para el primer año.....	182

<b>Tabla 80.</b> Cálculo del precio de venta de Empanadas de Harina x3 para el primer año. ....	182
<b>Tabla 81.</b> Cálculo de las ventas estimadas de Empanadas de Harina x3 para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado. ....	182
<b>Tabla 82.</b> Pronóstico de la demanda para el producto Empanadas de Añejo x3.....	183
<b>Tabla 83.</b> Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Empanadas de Añejo x3.....	183
<b>Tabla 84</b> Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Empanadas de añejo x3.....	183
<b>Tabla 85.</b> Costo de producción de Empanadas de Añejo x3 para el primer año.....	184
<b>Tabla 86.</b> Cálculo del precio de venta de Empanadas de Añejo x3 para el primer año. ....	184
<b>Tabla 87.</b> Cálculo de las ventas estimadas de Empanadas de Añejo x3 para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado. ....	184
<b>Tabla 88.</b> Pronóstico de la demanda para el producto Quimbolito. ....	185
<b>Tabla 89.</b> Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Quimbolito. ....	185
<b>Tabla 90.</b> Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Quimbolito....	185
<b>Tabla 91.</b> Costo de producción de Quimbolito para el primer año. ....	186
<b>Tabla 92.</b> Cálculo del precio de venta de Quimbolito para el primer año.....	186
<b>Tabla 93.</b> Cálculo de las ventas estimadas de Quimbolito para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado. ....	186
<b>Tabla 94.</b> Pronóstico de la demanda para el producto Jarra de Hervidos. ....	187
<b>Tabla 95.</b> Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Jarra de Hervidos. ....	187
<b>Tabla 96.</b> Costo de producción de Jarra de Hervidos para el primer año.....	188
<b>Tabla 97.</b> Cálculo del precio de venta de Jarra de Hervidos para el primer año.....	188
<b>Tabla 98.</b> Cálculo de las ventas estimadas de Jarra de Hervidos para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado. ....	188
<b>Tabla 99.</b> Pronóstico de la demanda para el producto Michelada.....	189
<b>Tabla 100.</b> Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Michelada. ....	189
<b>Tabla 101.</b> Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Michelada. ..	189
<b>Tabla 102.</b> Costo de producción de Michelada para el primer año.....	190
<b>Tabla 103.</b> Cálculo del precio de venta de Michelada para el primer año. ....	190

<b>Tabla 104.</b> Cálculo de las ventas estimadas de Michelada para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado. ....	190
<b>Tabla 105.</b> Pronóstico de la demanda para el producto Café Nariñense. ....	191
<b>Tabla 106.</b> Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Café Nariñense. ....	191
<b>Tabla 107.</b> Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Café Nariñense. ....	191
<b>Tabla 108.</b> Costo de producción del Café Nariñense para el primer año. ....	192
<b>Tabla 109.</b> Cálculo del precio de venta de Café Nariñense para el primer año. ....	192
<b>Tabla 110.</b> Cálculo de las ventas estimadas de Café Nariñense para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado. ....	192
<b>Tabla 111.</b> Pronóstico de la demanda para el producto Dulce de Chilacuan. ....	193
<b>Tabla 112.</b> Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Dulce de Chilacuan. ....	193
<b>Tabla 113.</b> Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Dulce de Chilacuan. ....	193
<b>Tabla 114.</b> Costo de producción del Dulce de Chilacuan para el primer año. ....	194
<b>Tabla 115.</b> Cálculo del precio de venta de Dulce de Chilacuan para el primer año. ....	194
<b>Tabla 116.</b> Cálculo de las ventas estimadas de Dulce de Chilacuan para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado. ....	194
<b>Tabla 117.</b> Materiales directos totales utilizados. ....	195
<b>Tabla 118.</b> Mano de obra directa total. ....	195
<b>Tabla 119.</b> Costo de producto manufacturado y vendido. ....	196
<b>Tabla 120.</b> Ventas estimadas totales. ....	197
<b>Tabla 121.</b> <i>Flujo de caja “Snack Bar Urkunina”</i> . ....	199
<b>Tabla 122.</b> <i>Balance general “Snack Bar Urkunina”</i> ....	200
<b>Tabla 123.</b> Flujo libre de caja “Snack Bar Urkunina” ....	201
<b>Tabla 124.</b> VPN y TIR “Snack Bar Urkunina”. ....	202
<b>Tabla 125.</b> Costo variable. ....	203
<b>Tabla 126.</b> Costo fijo. ....	204
<b>Tabla 127.</b> Punto de equilibrio. ....	205

## LISTA DE ANEXOS

<b>Anexo A.</b> Resultados Encuesta Antecedentes .....	217
<b>Anexo B.</b> Ficha Técnica Antecedentes .....	220
<b>Anexo C.</b> Formulación Objetivos .....	221
<b>Anexo D.</b> Ficha Técnica De La Encuesta Aplicada.....	223
<b>Anexo E.</b> Cronograma Desde El Inicio Del Proyecto .....	224
<b>Anexo F.</b> Cronograma Encuesta Estructurada, Muestreo Aleatorio Simple .....	227
<b>Anexo G.</b> Presupuesto Por Rubros .....	228
<b>Anexo H.</b> Recetas .....	229
<b>Anexo I.</b> Resultados Encuesta Estudio De Mercados.....	237

## LISTA DE IMAGENES

<b>Imagen 1.</b> Mapa de la comuna Universidad.....	28
<b>Imagen 2.</b> Fotografía descriptiva del plato típico Cuy asado .....	37
<b>Imagen 3.</b> Fotografía descriptiva del frito pastuso, .....	50
<b>Imagen 4.</b> Fotografía descriptiva de los Lapingachos,.....	51
<b>Imagen 5.</b> Fotografía descriptiva de la choriza .....	52
<b>Imagen 6.</b> Fotografía descriptiva de las empanadas de harina .....	53
<b>Imagen 7.</b> Fotografía descriptiva de las empanadas de ñeijo .....	54
<b>Imagen 8.</b> Fotografía descriptiva de las papas criollas amarillas freídas en cascós,.....	55
<b>Imagen 9.</b> Fotografía descriptiva de los quimbolitos, .....	56
<b>Imagen 10.</b> Fotografía descriptiva de un hervido,.....	57
<b>Imagen 11.</b> Fotografía descriptiva de unas micheladas,.....	58
<b>Imagen 12.</b> Fotografía descriptiva del café, .....	60
<b>Imagen 13.</b> Fotografía descriptiva del dulce de chilacuan, .....	61
<b>Imagen 14.</b> Producto ofrecidos por Pizza y Birra .....	65
<b>Imagen 16.</b> Productos ofrecidos por Delidog.....	66
<b>Imagen 17.</b> <i>Productos ofrecidos por Aredogs</i> .....	66
<b>Imagen 18.</b> Zona seleccionada para la ubicación de “Snack Bar Urkunina” .....	91
<b>Imagen 19.</b> Bosquejo de la distribución óptima de la planta en un plano con escala 1:100. .	92
<b>Imagen 20.</b> Diagrama de flujo.....	97
<b>Imagen 21.</b> Mapa de procesos. ....	99
<b>Imagen 22.</b> Organigrama empresa “Snack Bar Urkunina”. ....	124

## 1. ANTECEDENTES

En la actualidad, el desarrollo económico mundial se ha visto influenciado por las nuevas tendencias, así como la introducción de procesos innovadores (Arias & Palomino, 2011) por lo que se puede afirmar que el consumo de comida rápida va a la par de los desafíos impuestos por el mercado. En el libro titulado “Vida en sociedad” (2006) de James Henslin, se expone que los restaurantes de comida rápida han crecido debido a una mayor eficiencia en comparación con métodos alternativos de obtener los alimentos, tales como la comida casera. De ahí, que espacios de comida rápida y cafeterías puedan ser vistos como un modelo de innovación y un paso más en dirección del consumo de alimentos más eficiente. Bajo esta luz, en los últimos años se ha pasado de una situación actual en el que el consumo era bajo a unos volúmenes que suponen empezar a considerar el sector como uno de los de mayor crecimiento en el ámbito de comida y ocio. En la Revista Dinero (2016) se expone que la última muestra mensual del Dane demuestra que “en el primer trimestre de 2016 el sector de restaurantes, catering y bares creció 8,2%, cifra que pese a ser menor a la registrada en años de expansión –como 2013 y 2014– cuando aumentó 8,4% y 10,1%, respectivamente; es mayor al 4,6% registrado en el mismo periodo de 2015”. El mercado de fast food en Colombia ha crecido mucho en los últimos años y es de esperar que siga aumentando su tamaño a buen ritmo. Igualmente, según la Revista Dinero (2016) los principales motivos de este cambio datan en el perfil del consumidor frente a los hábitos alimenticios y de vida, así lo evidencia la revista que según un Estudio de Global de Nielsen sobre Tendencias de Comida Fuera del Hogar, el cual fue “desarrollado con encuestas en sesenta y un (61) países del mundo, siete de ellos latinoamericanos, incluido Colombia”, y revela que “la población



colombiana en un 38% ingiere sus alimentos fuera del hogar a causa de sus múltiples ocupaciones”.

De igual modo, según la Revista Dinero (2016) sobre el informe del Estudio de Global de Nielsen sobre Tendencias de Comida Fuera del Hogar, se puede parafrasear que éste demuestra que frente a la elección del menú, la población latinoamericana prefiere el sector de comidas rápidas en un 51%, y Colombia abanderada esta cifra con un 53% , así como también el contundente éxito de algunas empresas que han logrado crear mercado con diferentes estrategias gerenciales y administrativas enfocadas a la cultura organizacional, este hecho ha llevado consigo el desarrollo de empresas que operan en el sector que van desde multinacionales de fast food hasta microempresas que han desarrollado su modelo propio de negocio en el sector. Euromonitor nos dice que “Ofrecer los mejores menús y un servicio diferenciado son los grandes retos en un mercado complejísimo que pide, además de calidad y atención, precios muy competitivos y tiempos de espera cada vez menores”.

Dicho lo anterior, se puede decir que el mercado exige grandes desafíos que no se limitan únicamente a la manipulación de alimentos o comercialización de bebidas, sino también, según la Revista Semana (2016), ofrecer una experiencia memorable a través del mejoramiento de procesos como la contratación del mejor talento humano, la compra o arrendamiento de los mejores sitios del mercado, lograr negociaciones óptimas con los proveedores; todo encaminado a la eficiencia en este sofisticado mercado.

Es por ello que nace la idea del proyecto empresarial ”Snack Bar Urcunina”, el vocablo Urcunina fue otorgado por los indígenas al Volcán Galeras (Urcunina) un gran referente del sur de

Colombia, el establecimiento anteriormente mencionado busca satisfacer las necesidades básicas del ser humano como la alimentación y el entretenimiento, este proyecto busca desarrollar un modelo propio enfocado en la elaboración y comercialización de productos alimenticios (comidas rápidas) y bebidas alcohólicas con el enfoque diferenciador de ser productos pertenecientes a la gastronomía del departamento de Nariño, es por ello que este negocio está dirigido especialmente a personas provenientes de Nariño que residen actualmente en la ciudad de Pereira y a todo el público en general que busque algo nuevo para degustar en zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira.

Según el boletín estadístico de la Universidad Tecnológica de Pereira, para los dos semestres del año 2018 se registraron un total de 32.073 matrículas de pregrado, de las cuales el 81% provienen de Risaralda seguido del valle del cauca (8,13%), caldas (3,31%), y Nariño con un 2,7%. La anterior estadística corrobora que efectivamente hay un porcentaje significativo de estudiantes de procedencia nariñense en el sector, quienes son el cliente potencial de este negocio, sin dejar de lado que los productos que se vendan en “Snack Bar Urkunina” puedan ser del agrado de cualquier persona independientemente de su lugar de procedencia.

Haciendo una breve inteligencia de mercado se pudo establecer que el sector universitario no cuenta con este tipo de establecimiento, si bien existen establecimientos como lo son Aredogs, Delidog y Burger Express que brindan productos de comidas rápidas comunes como (hamburguesas, hot dogs y arepas), y otros establecimientos como lo son Billar “Pili”, Tropical Cocktail, Río Lounge Bar, Restaurante Bar Urbano U, Pizza y Birra; y Tienda el Gordo que comercializan bebidas alcohólicas como (cerveza y licores más fuertes); sin embargo no existe un lugar que brinde los dos servicios, un lugar donde las personas puedan satisfacer el hambre

temporalmente, al consumir un refrigerio o pasabocas liviano, o simplemente disfrutar de una bebida con sus amigos y/o familiares satisfaciendo sus necesidades de ocio y entretenimiento.

Cabe señalar que el proyecto empresarial “Snack Bar Urkunina” planteado es diferente a los mencionados anteriormente puesto que ofrecería el servicio de snack-bar pero ofertando productos diferentes a los del sector universitario, brindando variedad y una experiencia memorable.

Para realizar una observación del cliente potencial se utiliza una herramienta denominada encuesta semiestructurada la cual según (Gonzales, M. Valdebenito, P. Munizaga, B.) busca “obtener información directa de una persona o un grupo pequeño mediante una serie de preguntas cerradas y abiertas” las cuales son de gran ayuda para “obtener un conocimiento a fondo de las cuestiones cualitativas” ya que “éstas encuestas son útiles para evaluar los impactos imprevistos, las opiniones sobre la pertinencia y la calidad de los servicios y de los productos, etc.”. Esta herramienta cuyos resultados se encuentran plasmados en el *Anexo 1*, fue dirigida a estudiantes residentes de zonas aledañas a la UTP provenientes de Nariño, donde el total de la muestra fue de 39 personas, quienes fueron seleccionados mediante un muestreo por conveniencia que según Explorable.com es “una técnica de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador”. De la muestra se obtuvo que el 76,9% se encuentran en el rango de edad de 19 a 24 años (*Gráfica 1, anexo 1*), cuya ocupación es estudiante de la Universidad Tecnológica de Pereira, el 97,4% refiere que le gustaría un lugar donde se vendan comidas rápidas y bebidas en el sector universitario (*Gráfica 2, anexo 1*); al indagar sobre los productos de preferencia los **Hervidos a base de jugo de fruta** representan el 74,4% seguido de **Papas amarillas freídas** y **Empanadas de harina-añejo** con un

61,5% ambas, seguido de **Micheladas** con un 53,8% y por último, **Tortillas de molo de papa (Lapingachos)** con un 38,5% (*Gráfica 3, anexo 1*).

El 100% de la muestra estudiada añade que asistiría a este lugar (*Gráfica 4, anexo 1*) siendo los fines de semana con un 59% los días con mayor afluencia de clientes (*Gráfica 5, anexo 1*).

## 2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la viabilidad económica y financiera para la implementación de la empresa alimenticia “Snack Bar Urkunina” en zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira?

### 2.1. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

1. ¿Es viable financieramente la implementación de esta empresa aprovechando la alta demanda de este tipo de comidas y bebidas y la ausencia de competencia directa en zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira?
2. ¿Qué características diferenciadoras debe ofrecer la empresa “Snack Bar Urkunina” con respecto a negocios como Aredogs, Delidog, Burger Express, Billar “Pili”, Tropical Cocktail, Río Lounge Bar, Restaurante Bar Urbano U, Pizza y Birra; y Tienda el Gordo?
3. ¿Cuándo se recuperará la inversión inicial?

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

Formular un plan de negocios donde se evidencien las razones y alternativas que verifiquen que la empresa “Snack Bar Urkunina” es viable económica y financieramente.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercados para la producción y comercialización de productos alimenticios y bebidas alcohólicas en zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira.
- Determinar recursos físicos y humanos necesarios para la implementación de la empresa “Snack Bar Urkunina”.
- Determinar la viabilidad financiera y económica mediante herramientas y cálculos financieros.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

La formulación de un plan de negocios para la empresa alimenticia “Snack Bar Urkunina” se lleva a cabo definitivamente para incursionar en una nueva idea de negocio, determinando su viabilidad financiera y económica, y, a partir de sus resultados materializar las ideas y resultados obtenidos.

“Snack Bar Urkunina” es un lugar que busca satisfacer las necesidades alimenticias y de recreación/esparcimiento en los habitantes y transeúntes de las zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira; esta idea surge a través de la observación del segmento del mercado y la población universitaria, en la cual se aprecia gran número de personas provenientes del departamento de Nariño en Colombia, el cual con más de 800 estudiantes, representa el 2,7% del total de matriculados en 2018 en la Universidad Tecnológica de Pereira.

Por lo anterior, surge el deseo de brindar un espacio habitual al lugar de origen a las personas provenientes de Nariño, donde se pueda ofrecer productos alimenticios típicos de la región y experiencias memorables. Como ventaja, se encuentra la inexistente competencia directa en la zona universitaria, pues si es verdad, existen empresas destinadas a la elaboración de pasas, bocas y bebidas, pero ninguna ofrece los dos servicios y con el carácter diferenciador que son productos no comercializados en Pereira.

Lo anteriormente dicho fue corroborado previamente a través de la encuesta semiestructurada cuyos resultados se socializaron en los antecedentes, igualmente como cifra relevante esta que el 97,4% del total de los encuestados refiere que le gustaría un lugar donde se

vendan comidas rápidas y bebidas propias de la región en el sector universitario y el 100% de la muestra asistiría a este lugar. (Anexos).

Para llevar a cabo esta idea de emprendimiento se tiene planteado los productos y el servicio que se desea ofrecer, la posible demanda en el mercado, el segmento del mercado que es la población universitaria, y el cliente potencial que corresponde a las personas provenientes del departamento de Nariño, sin embargo, es imprescindible determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto, para de esta manera poder predecir el impacto a corto, mediano y largo plazo.

El beneficio que representa esta investigación a corto plazo será la creación de pautas de estrategias financieras y administrativas para el desarrollo de la empresa, a mediano plazo será la implementación de “Snack Bar Urkunina”, y a largo plazo posicionar esta empresa en el mercado, generando utilidades para sus socios y empleo en la población estudiantil de la Universidad Tecnológica de Pereira en la ciudad de Pereira.

Los resultados de este proceso investigativo se reflejarán tras la aplicación y validación de tres tipos de estudios, el primero de ellos un estudio de mercados, seguido de un estudio técnico y para finalizar un estudio financiero, los cuales conllevan a un análisis detallado de resultados, a la toma de decisiones acertadas y a la elaboración de conclusiones y recomendaciones frente al tema de interés.

## 5. MARCO CONCEPTUAL

**Cliente:** Parafraseando a Alvarado (2011) el cliente es el encargado de adquirir o comprar de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea y que la empresa tiene la capacidad de satisfacer la demanda siendo ese el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

**Departamento de Nariño:** Es uno de los treinta y dos (32) departamentos que tiene el territorio colombiano. Su ubicación es en el suroeste del país limitando con la República del Ecuador. Tiene variedad de climas de ahí su amplia agricultura y productos que genera el departamento.

**Empanadas de ñeje:** Son pasabocas con cubierta de masa de ñeje y relleno variado, ya sea guiso (carne), pipián (papa) o queso.

**Empanadas de harina:** Son pasabocas con cubierta de masa de harina y rellenas de guiso o queso, se pueden acompañar con azúcar.

**Gastronomía:** Es un conjunto de conocimientos y actividades encaminadas a brindarle al comensal una experiencia que sólo encontrará en la cultura a la cual pertenece. Junto a las recetas, ingredientes y experiencia, se pueden formar platos que han tenido una gran evolución histórica.

**Guacamole:** Es una salsa cuyo ingrediente principal es el aguacate, se le puede adicionar cebolla, cilantro, tomate, entre otros, lo cual resulta un aderezo cremoso y muy delicioso. A pesar de que es autóctono de México, igualmente es típico de muchos países latinoamericanos.

**Hervidos:** bebida caliente y dulce que contiene alcohol y jugo de fruta.



**Lapingachos:** Tortillas de papa previamente preparadas, se les puede adicionar queso en su interior para finalmente asar.

**Papa amarilla o criolla:** tubérculo de color amarillo. Según El Campesino (2018) “tiene gran valor alimenticio, ya que es una fuente rica en proteína, carbohidratos, potasio y vitaminas”. Además, es considerada un producto exótico y gourmet.

**Snack bar:** Es un lugar destinado a servir comidas rápidas y pasabocas, igualmente puede disponer de una barra de bar o servicio de bebidas alcohólicas, es un lugar utilizado para satisfacer necesidades alimenticias y para brindar un espacio de esparcimiento.

**Universidad Tecnológica de Pereira:** Parafraseando la información brindada en la página principal de la Universidad Tecnológica de Pereira (2014) se sabe que ésta fue creada por la Ley 41 de 1958, como un ente universitario autónomo del orden nacional, con régimen especial, la cual está vinculado al Ministerio de Educación Nacional, cuyo objeto es la educación superior, la investigación y la extensión; y que su sede principal estará ubicada en la ciudad de Pereira.

**Urcunina:** Nombre otorgado por los indígenas que habitaban las zonas aledañas al volcán antes de que los conquistadores españoles le cambiaran su nombre al de Volcán Galeras, ubicado a nueve kilómetros de la ciudad de San Juan de Pasto en el departamento de Nariño, derivado del dialecto quillacinga que significa “Montaña de fuego”.

**Viabilidad económica:** Según Pérez y Merino (2010) la viabilidad económica “se relaciona con los recursos financieros existentes para poner en marcha un proyecto y con las ganancias que, eventualmente, se esperan obtener”.

Además de eso, según Administración y Finanzas (2018) en la viabilidad económica:

Se plasman las líneas de planificación, evaluación y control del futuro proyecto empresarial. Desde el inicio del negocio, hasta el proyecto en pleno funcionamiento. Es una forma poner en escena nuestro proyecto, estableciendo el marco, contexto, sector y mercado donde tendrá cabida.

**Viabilidad financiera:** Es la disponibilidad de dinero líquido para hacer frente a los pagos y las inversiones a lo largo de la vida de la empresa.

## 6. MARCO TEORICO

La Universidad Tecnológica de Pereira (U.T.P) es una universidad pública colombiana, la cual según el boletín electrónico de indicadores publicado por la universidad para el semestre 2018-2, cuenta con 15.841 estudiantes en los programas de pregrado y 1.770 en los de posgrado, cursando sus estudios en jornada diurna, nocturna y jornada en horarios especiales.

La U.T.P. se localiza en la Comuna Universidad “ubicada en el suroriente de la ciudad de Pereira, dentro del Área Metropolitana de Centro Occidente, con una población de 710.000 habitantes, está ubicada en un privilegiado sitio de la ciudad, y con un clima muy agradable entre los 15 a 23 grados”.

Es necesario hacer una breve reseña histórica de esta comuna según el diagnóstico socioeconómico de la comuna universitaria, proporcionado por la Alcaldía de Pereira nos dice:

La comuna Universidad inició de manera formal con la Cooperativa Habitacional de Profesores –COHAPRO- quien compró un predio rural de 12 hectáreas. En los años sesenta se había establecido algunas viviendas familiares. En 1961 se construyeron 10 viviendas que le dieron impulso al barrio Los Álamos ubicado en ese entonces en un sitio periférico muy retirado de la ciudad, de difícil acceso y con deficiencia de servicios públicos. Gracias al trabajo comunitario tiempo después se construye la iglesia San Francisco de Paula fundada el primero de octubre de 1984, el parque y la arborización del barrio los Álamos.

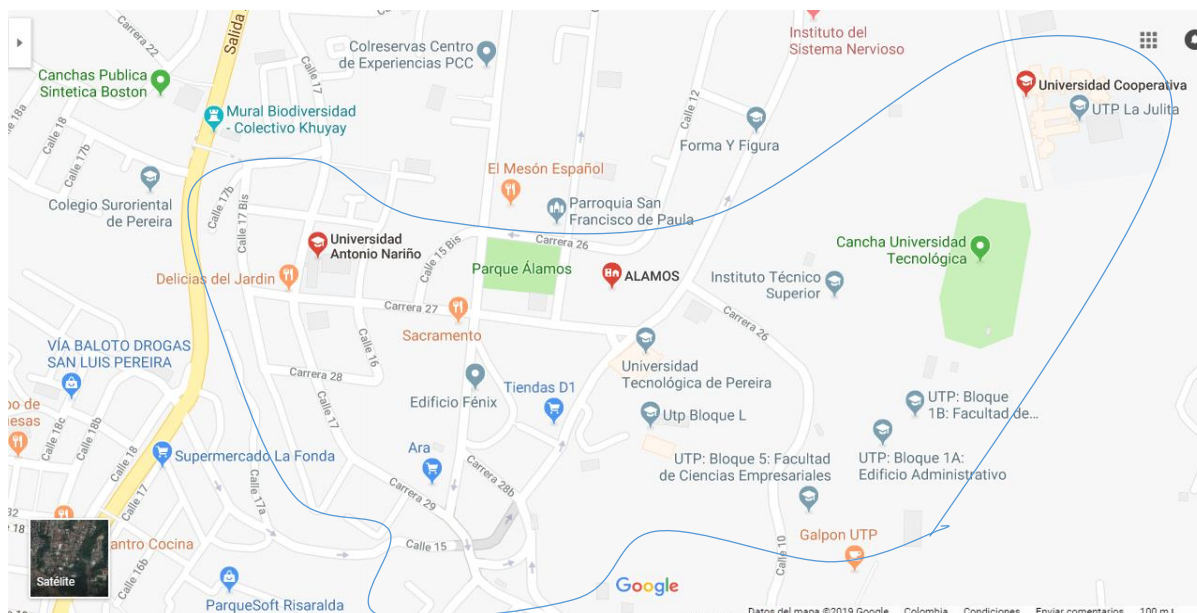
A continuación, se presenta una tabla con los barrios que componen La Comuna Universidad:

N °	COMUNA	BARRIO
1	06	Popular modelo
2	06	Los rosales
3	06	La aurora
4	06	San José sur
5	06	San José
6	06	La Julia
7	06	Los Alpes
8	06	La enseñanza
9	06	Cambulos
10	06	Pinares de san Martin
11	06	Quintanar del cerro 1 *3 *
12	06	Los ángeles
13	06	La Julita
14	06	Los álamos
15	06	Ciudad jardín
16	06	Villa los álamos
17	06	Canaán
18	06	Favi Utp
19	06	La sierra
20	06	La parcela
21	06	Puerta de abacanto
22	06	El bosque 1 * 3 *
23	06	Altos de Canaán

**Tabla 1.** Barrios que conforman la comuna Universidad.

**Fuente:** secretaria de planeación, área de presupuesto participativo.

A continuación, se muestra la ubicación geográfica de la Comuna Universidad con los respectivos sectores que la componen.



**Imagen 1.** Mapa de la comuna Universidad.

**Fuente:** Mapa extraído de Google Maps y demarcación propia.

Dado que se busca incursionar en una nueva idea de negocio de comidas rápidas en zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira, es necesario determinar si esta idea de negocio será rentable y/o viablemente económica.

Acorde con lo anterior, es necesario llevar a cabo la aplicación de un modelo de creación de la empresa “Snack Bar Urkunina”, donde se pueda apreciar la parte financiera, de ventas, de mercadeo, entre otros. Esto teniendo en cuenta a los autores Alemán y González (2003) quienes informan que “es más útil analizar un problema mediante algún modelo que permita conocer la relación que guardan entre sí las variables que lo definen, pronosticar su comportamiento y tomar decisiones más apegadas a la realidad”.

Este modelo, debe ser concreto y claro para poder resaltar lo esencial y cumplir con su objetivo, Alemán y González (2003), para este caso en particular para la empresa “Snack Bar Urkunina” el objetivo final es incursionar algo nuevo, teniendo en cuenta que no hay competencia directa en zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira y teniendo como base la encuesta semiestructurada, realizada a la muestra poblacional de treinta y nueve (39) personas oriundas del departamento de Nariño (cliente potencial), en la cual se determinó que la idea de negocio tiene una aceptación del 97,4%, al igual que los productos a ofertar, los hervidos tienen una aceptación de 74,4% y el plato principal (papas amarillas freídas y empanadas de añejo-harina) con una aceptación del 61,5% cada uno.

En cuanto al modelo a desarrollar, será cuantitativo puesto que “proporciona un método objetivo y lógico para analizar las alternativas, para tomar decisiones relacionadas con la maximización de beneficios o la minimización de costos” Alemán y González (2003), y esto mediante herramientas técnicas y tecnológicas que abrevian los procesos y mecanizan los mismos.

A continuación, se define la clase de modelo que es de agrado para la creación de la empresa “Snack Bar Urkunina” Buján (2017), donde un modelo financiero:

Es el proceso mediante el cual una empresa construye una representación financiera de algunos, o todos los aspectos de su actividad económica. El modelo financiero generalmente se caracteriza por realizar cálculos y hace recomendaciones basadas en esa información. El modelo también puede resumir eventos particulares para el usuario final, como los rendimientos de la gestión de inversiones.

Sin embargo, como apenas se está investigando la viabilidad de la empresa algunos temas derivados del modelo financiero, no se podrían ejecutar con datos reales ya que requiere los libros contables e históricos financieros de la empresa, sin embargo, se trabajará con proyecciones de ventas estimadas a partir de la encuesta semiestructurada.

Por otra parte, al establecer los productos a comercializar, la materia prima necesaria para los mismos, su procesamiento y los costos incurridos indirectamente para su fabricación, se supone se podrían realizar cálculos aproximados de los costos y gastos que implicarían para la empresa “Snack Bar Urkunina” mediante un sistema de costeo. Según Morillo (2002) en el cual:

Partiendo de que la materia prima pasa de un proceso productivo a otro hasta convertirse en producto terminado, el sistema de costeo debe clasificar, registrar y agrupar las erogaciones, de tal forma que le permita a la dirección conocer el costo unitario de cada proceso, producto, actividad y cualquier objeto de costos, puesto que la cifra del costo total suministra poca utilidad, al variar de un período a otro el volumen de producción.

Por último, se considera también que en el modelo financiero podrían intervenir los presupuestos a causa de que “la planeación y el control de recursos se han convertido en herramientas estratégicas para la supervivencia de las empresas. Planear implica establecer objetivos y determinar los cursos de acción que sean más adecuados para lograrlos” Alemán y González (2003), además:

Los presupuestos son un elemento fundamental de los procesos de planeación y control de las organizaciones porque definen los recursos, tanto financieros como no financieros,

que serán necesarios para que la empresa ponga en marcha los planes, proyectos y programas encaminados a operacionalizar sus estrategias.

Dicho lo anterior, es fundamental determinar el período de acción que se va a presupuestar y el tipo de presupuesto, ya sean de operación: presupuestos de ingresos (ventas) y presupuestos de gastos (producción, materia prima, entre otros); y/o presupuestos financieros: presupuestos de efectivo y presupuestos de capital. Alemán y González (2003),

Para ello es indispensable conocer la naturaleza del proyecto, el cual se ubica en el sector comercial y de restaurantes, que tal como se evidencia en las siguientes estadísticas, suministradas por la Revista dinero (2014):

El Producto Interno Bruto de la perla del Otún es de alrededor \$6,5 billones (año 2013), lo cual representa el 0,9% de la economía nacional. El sector de comercio, restaurantes y hoteles ocupa el primer lugar con una contribución al PIB del 18,8%; seguido de servicios sociales y personales con 18,6% y la industria manufacturera con 17,6% respectivamente.

Se considera ahora la industria de servicios de alimentación, el sector que está relacionado con el expendio de alimentos y /o bebidas preparadas para ser consumidas al instante. Es por ello, que las empresas pertenecen al sector de hoteles y restaurantes según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU.CL 2012) por el cual se infiere que la idea de negocio se ubica en el ítem de “elaboración de comidas y platos (preparados, sazonados y cocinados) enlatados o congelados, empacados y etiquetados para reventa”.



Prosiguiendo con el análisis, con los subsectores que componen el sector de alojamiento y restaurantes, se describe el subsector en cuestión mediante (CIU.CL2012):

***Restaurantes, bares y cantinas*** incluye la venta de comidas y bebidas preparadas para su consumo inmediato en establecimientos tales como restaurantes, cafés, merenderos y puestos de refrigerio. También se incluyen los servicios de restaurante a domicilio, los servicios de entrega de comida a domicilio y de venta de comidas y bebidas preparadas para su consumo fuera de los establecimientos de elaboración, el suministro de comida a banquetes y celebraciones, la preparación de comida congelada, la provisión de comida preparada para empresas y particulares así como los servicios de coche comedor, si son proporcionados por unidades independientes de empresas ferroviarias y de otros servicios de transporte.

Lo dicho hasta ahora, hace introducción hacia el servicio que se desea prestar con la idea de negocio, el cual se basa en ofertar productos propios de la región nariñense en la capital del Otún. Para entender aún mas el tema, se cita a Mantilla (2011) quien referencia a “la cocina, como el amor cuando manifiesta luminosos sentimientos, en una forma de la contemplación y el sabio manejo del fuego, primordialmente el reflejo de la sensibilidad humana” (p.9).

Es ahí donde el proyecto también quiere destacar la importancia de la comida tradicional y propia de las regiones, puesto que a través de estas costumbres se vislumbran las manifestaciones sociales, que aunque el mundo se encuentre globalizado hay aspectos que no se pueden cambiar como las cocinas propias, donde es posible hacer sencillos cambios, mas no perder la esencia de las raíces.

Conviene subrayar que el proyecto intenta dejar de lado un poco los pasabocas extranjeros y productos ultra procesados, para dar paso a la cocina tradicional y natural que refleja la cultura material de un país o una región.

Con respecto a lo anterior, es importante conocer la cocina nacional colombiana que se puede decir, es muy variada, así como sus climas y paisajes, gracias al mestizaje, la diversidad y las diferentes manifestaciones culturales. Cabe decir que debido a su excelente ubicación geográfica sobresale por la fertilidad de su tierra, que ofrece un sin número de alimentos, sumado al ingenio propio de los colombianos, que va desde el chef de alta cocina hasta el cocinero de casa, que permiten conjugar sabores y crear recetas, tanto como la imaginación se los permita.

Los platos típicos del país como la bandeja paisa y el ajiaco santafereño generalmente se degustan en las tierras donde fueron ingeniadas con los ingredientes propios de la región, la medida precisa, el ambiente adecuado que va desde la vajilla hasta la apariencia estética del plato. (Procolombia, s,f,s,p)

Por otro lado, se puede decir que la cultura gastronómica ha viajado a través del tiempo y se ha trasladado a las grandes urbes, es así como se transportan los secretos de la cocina tradicional campesina a los menús de restaurantes típicos por lo general restaurantes campestres, logrando con ello la difusión de las delicias de nuestros antepasados.

Con relación a lo anterior, se puede decir que con la aplicación de marketing la comida colombiana se puede posicionar en el mercado internacional como una de las más apetecidas, no solo por su sabor, sino por su presentación y su sentido estético.

De acuerdo con (Procolombia, s,f,s,p) “probar las recetas contemporáneas colombianas significa crear un vínculo que evoca, que transporta a las entrañas de las bonitas y disímiles regiones”.

En definitiva, la gastronomía colombiana es cambiante y está apostando a nuevos platos, se abre paso al buen gusto y a la creatividad en los fogones humeantes en todo el territorio colombiano porque como ya se ha dicho los sabores y sazones de Colombia seducen y enamoran los más exigentes paladares, pero siempre dejando el mejor sabor en el recuerdo.

Es aquí donde, se ahondará brevemente en la riqueza gastronómica del país categorizada en algunas regiones:

#### ❖ **Cocina antioqueña, Risaraldense y del viejo Caldas.**

Esta región del país se destaca por tener un marcado gusto por las ventas, es así como han logrado vender “el plato paisa” al resto del mundo con gran facilidad, este plato según Ordoñez (1984) se compone de “arroz blanco, fríjoles, carne molida, chicharrón, chorizo o morcilla, huevo frito, aguacate, tajadas de plátano maduro, patacones y arepa” (p,73),

Como visitantes de esta región hemos podido probar la exquisitez de sus platos en los cuales no pueden faltar los fríjoles, que es un plato que se consume casi a diario en estas tierras, otro rasgo propio de los paisas es un bajo gusto por los aliños, siendo un claro ejemplo de ello, la arepa blanca sin sal y la mazamorra o claro acompañado de panela o dulce de guayaba para después de las comidas. Finalmente, Caldas realiza su aporte con el café destacado mundialmente por su sabor suave el cual también es utilizado en algunos postres.

### ❖ **Llanos y Orinoquia.**

Las personas oriundas del llano han sabido acoplar sus hábitos alimenticios a su estilo de vida nómada, creando platos originales tales como la gallineta embarrada, hecha en su jugo con escasos utensilios. Desde la infancia se alimenta con platos propios como la cocuma, colada preparada a base de cocuma (plátano de alto contenido nutricional). Además, dentro de sus platos se encuentra la cachama, un pescado que se presta para realizar diversos platos con un sabor original.

Otro plato por destacar es la chocula que se prepara con chirario que es un pequeño banano y se acompaña con dulce y leche. Como plato novedoso esta la boa que se cultiva en criaderos y la tortuga en cualquier presentación. (Ordoñez, 1984).

### ❖ **Región caribe.**

Ordoñez (1984) afirma:

“Cartagena fue el gran puerto abierto al mundo. Sus productos y sus influencias se reflejan en su cocina, que ha sabido reunir el refinamiento de lo internacional, lo autóctono y la sazón de la mano africana de sus alegres cocineras.”

En esta región se aprecia gran calidad en pescados y mariscos en el mercado, son amantes de los postres y por ello poseen gran variedad en estos platos y mucha diversidad en gustos es el caso de la guajira que posee platos interesantes tales como el chigüiro morrocoyo, guartinaja, tortuga, armadillo, iguana. En general, es una región que tiene muchos platos que se ajusta al mejor estilo gourmet.

### ❖ **Valle, Cauca y Nariño.**

Esta cocina se caracteriza por ser más cocina de campo que citadina, entre sus alimentos se encuentra la caña de azúcar y con ella gran diversidad de dulces como el célebre manjar blanco, grajeas, y sus confites.

A lo mejor sea la región que más harinas fritas lleve a la mesa, están los tamales de Cartago, el chuyaco y el succulento sancocho con la receta familiar. El departamento de cauca tiene gran variedad de platos, conserva diversidad criolla dado que es una región indígena y de negritudes que le ha brindado fuerza y ritmo a su comida, en esta gastronomía destaca el ulloco en sus diferentes presentaciones. (Ordoñez, 1984).

Nariño conocida como tierra de quillacingas muy adheridos a la culinaria del vecino país ecuator de donde se adquiere el cuy, plato típico de la región y su especial gusto por la exquisita panadería y confitería para ser más específicos se encuentran “los panecillos conocidos popularmente como “panuchas”, así mismo están los alfajores, el dulce grueso, polvorones, pirulíes, merengues, cocadas y sorbetes cuya preparación se consigue en las tradiciones de las mujeres de la familia”. (Garzon,1998).

Garzón (1998) describe la gastronomía Nariñense como” única, así como el acento de los pastusos: la mayoría de las viandas son preparadas con productos típicos de la región: el cuy, el ulluco, el pusandao y el loco, entre otros”.

Entre algunos platos propios de la región se encuentran el loco la cual es una sopa de tradición ancestral indígena, parecida al ajiaco bogotano; y la famosa sopa de arrancadas cuyo

ingrediente principal es la harina, como aperitivo en contraste con la zona de Antioquia y Risaralda comparten el gusto por la mazamorra, la cual por el contrario no se le añade dulce sino sal, también destacan la ñuta y el mote.

No se puede pasar desapercibido el famoso cuy asado el cual se provee en regiones específicas del departamento las cuales son Catambuco (Pasto), Pinzón (Túquerres), y El Charco (Ipiales), el proceso inicia desde los criaderos y requiere de vigilancia en su desarrollo hasta su preparación, se prepara al carbón y con los condimentos que hacen parte de la receta secreta; es el más delicioso manjar de estas tierras y se le atribuyen propiedades afrodisiacas por su gran contenido nutricional. Todavía cabe señalar que entre los manjares más apetecidos no solo por su exquisito sabor, sino por ser totalmente naturales y nutricionales están el dulce de chilacuan, el dulce de calabaza y el de brevas. (Garzón, 1998).

En el *Anexo 6* se consideran algunas recetas típicas de la región nariñense de las cuales algunas de ellas se ofertarían en la idea de negocio planteada.



**Imagen 2.** Fotografía descriptiva del plato típico Cuy asado

## **7. HIPÓTESIS**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de la empresa “Snack Bar Urkunina”, enfocada en la producción y comercialización de productos alimenticios y bebidas alcohólicas, lo que genera beneficios en la economía, permite a las ingenieras aplicar los conocimientos y generar utilidades debido a la oportunidad de negocio que representa.

## **8. TIPO DE ESTUDIO**

La presente investigación tiene como objeto diseñar un análisis para la aplicación de un modelo de mercadeo y financiero para la creación de la empresa alimenticia “Snack Bar Urkunina” encaminado a determinar la factibilidad del proyecto.

Es por esto que el tipo de estudio es descriptivo, ya que sus resultados permitirán dar solución a una necesidad de tipo práctico, como lo es el determinar la factibilidad de una idea de negocio.

Se considera ahora, que se analizará con base a dos fundamentos, un estudio de mercado y un estudio financiero que según Erossa (1987) “un estudio de mercado consiste en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a conseguir a determinados precios, con ellos se obtendrán datos e informaciones exactas” (p.41)

Así mismo, se llevará a cabo estudio financiero que permitirá demostrar la sostenibilidad del proyecto y determinar la factibilidad del mismo.

Conviene subrayar que para Arias (2006), un proyecto factible “representa una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización” (p.134).

## **9. METODOLOGÍA**

Para el desarrollo del proyecto sobre la “viabilidad económica y financiera de la implementación de la empresa alimenticia “Snack Bar Urkunina” en zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira” se utilizará una metodología hipotético-deductiva, la cual según la (Plataforma E-ducativa Aragonesa) es: “una síntesis genial entre el método inductivo y el método deductivo, es decir, un método que aunara la observación empírica con la deducción formal, el valor de los hechos con la necesidad de los razonamientos”

Al ser un método teórico-práctico, se puede decir que, a nivel teórico, la metodología incorpora herramientas y cálculos financieros, investigación del mercado, herramientas administrativas y demás conocimientos aprendidos durante el proceso educativo universitario que se apliquen para dar respuesta a la problemática inicial del proyecto. En segunda instancia, a nivel práctico, se realiza una investigación de campo la cual se centra en realizar un estudio en la situación real, de tal forma que, mediante encuestas, sondeos, cuestionarios, entrevistas y la observación se pueda obtener la información necesaria para la correcta ejecución del proyecto empresarial y así, no incurrir en errores o en su defecto presupuestar diferentes situaciones que puedan amenazar la empresa. Otro rasgo del nivel práctico es el mercadeo que se realizará a la



empresa alimenticia con el propósito de obtener un buen grado de aceptabilidad en la comunidad no sólo nariñense, sino toda la población que interactúe con la Universidad Tecnológica de Pereira.

De igual modo, el proyecto compete a una investigación aplicada y de acción. Con respecto al primer punto, es aplicada porque da respuesta a un problema práctico el cual es la inexistencia de un lugar que oferte productos típicos de la gastronomía nariñense a la comunidad perteneciente a esta región y a la comunidad estudiantil en general. También satisface la premisa de innovación tanto en el menú de pasabocas como en el de bebidas disponibles en esta zona.

Simultáneamente, es de acción porque lo que se pretende lograr, ir más allá de obtener ingresos con la idea de negocio, sino más bien incursionar en una idea de negocio nueva y factible dadas las condiciones; que pueda generar cambios en la realidad estudiada.

Es necesario recalcar que, la metodología de la investigación es diacrónica dado que según (Salcedo y de León): “el tiempo es importante porque las observaciones se hacen a través de varios períodos o instantes de tiempo” esperando verificar los cambios que por cualquier razón se puedan presentar; de ahí que, en la presente investigación se ha realizado ya una encuesta semiestructurada la cual se llevó a cabo con la finalidad de observar al cliente potencial y la posible aceptación de la idea, de igual manera se planea realizar otra encuesta con un carácter más profundo, haciendo uso de los hallazgos encontrados en este primer acercamiento. Dicho lo anterior, se puede añadir que el método es longitudinal puesto que se requiere de varios períodos para evaluar el estudio, éste se realiza en un tiempo prolongado esperando observar la evolución del proyecto y así poder estar al tanto de cambios o correcciones necesarias antes de lanzar la empresa alimenticia al mercado.

Avanzando en nuestro razonamiento, se puede decir que el proyecto se basa en una investigación empírica por el hecho de que la idea surgió de nuestra experiencia personal como residentes de las zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira, siendo nuestro lugar de procedencia el departamento de Nariño y percibiendo la necesidad de un lugar que brindase un espacio para la gastronomía ancestral del departamento. Por consiguiente, la naturaleza de los datos a tratar es de tipo cuantitativo, puesto que es necesario aplicar la rigurosidad numérica y estadística con la finalidad de brindar una posible solución a las investigadoras frente a la problemática de viabilidad económica y financiera de la implementación de la empresa alimenticia “Snack Bar Urkunina” en zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira.

Para obtener dichos datos, como se afirmó anteriormente, se realizará una encuesta estructurada destinada a la población estudiantil de la universidad, primeramente se calculará la muestra significativa, la cual se determinara a partir de un muestreo aleatorio simple, con ella se diagnosticara los posibles gustos y necesidades del cliente potencial, además de obtener la opinión personal y subjetiva de los encuestados sobre diferentes variables ligadas directamente con los productos que se van a ofrecer. Además, para el análisis del modelo financiero que se pretende llevar a cabo, se aplicarían conceptos de matemáticas financieras que permitiría tomar decisiones acertadas y concluir con la investigación.

Finalmente, la investigación está orientada a la toma de decisiones que permitirá solucionar el problema y determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto, además de ofertar productos y un servicio acorde a los deseos e intereses del cliente potencial, cuantificar los posibles precios, ingresos y egresos, el diseño e infraestructura del local, entre otras, Se considera

también, que la investigación está orientada a conclusiones las cuales van a ayudar a la toma de decisiones y a la simplicidad de los resultados obtenidos del proyecto.

Para terminar, se ve la necesidad de una vez tomada la decisión sobre la viabilidad económica y financiera de la implementación de la empresa alimenticia “Snack Bar Urkunina” en zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira, sí ésta es positiva, es decir, la empresa es viable, buscar fuentes de capital mediante la inscripción a fondos de emprendimiento o entidades financieras para así obtener la inversión inicial necesaria para la ejecución del proyecto, bajo las instrucciones y planeación del mismo, en búsqueda de que éste tenga la mayor aceptación entre la comunidad y un éxito considerable que cumpla las expectativas de factibilidad y optimización.

### 9.1. PLANIFICACION DEL CUESTIONARIO

El tamaño de la muestra para el cuestionario se llevara a cabo a través de un muestreo aleatorio simplificado en el cual se empleó la siguiente formula estadística

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde:

$N$  = *Tamaño de la población* (14.887)

$Z$  = *nivel de confianza* (95%)

$P$  = *probabilidad de éxito, o proporción esperada* (8%)

$Q = \text{probabilidad de fracaso (92\%)}$

$d = \text{precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (5\%)}$

El tamaño de la población corresponderá a 18269 personas que es la población proyectada a 2020 para la comuna Universidad, de este valor se sustrae la población infantil, contemplada como los menores de 14 años, para un total de la muestra de 14887, de este acumulado distribuido en 23 barrios, se necesita estudiar el 10 % que fue definido como proporción esperada que representa los barrios Ciudad Jardín y Álamos; estas dos zonas focalizadas, son los lugares donde se ha planteado tentativamente ubicar el proyecto empresarial, se usó un nivel de confianza del 95 % cuyo  $k$  corresponde a 1,96 y el error muestral de 5 % que representa la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella. La muestra para este universo fue de 123 encuesta

## **SEGUNDA PARTE**

### **CAPÍTULO I**

#### **1. ESTUDIO DE MERCADO**

El presente estudio de mercado se realiza con la finalidad de obtener informacion que permita entender la situacion actual del mercado, dicha informacion debe ser objetiva veridica y suficiente para poder determinar variables relevantes al momento de implementar la empresa a futuro.

Este estudio de mercado busca dar respuesta a preguntas como:

- ¿Cuál es actualmente la oferta y demanda potencial y real?
- ¿Cuál es el perfil del consumidor?
- ¿El valor de los costos, los costos de comercialización y los precios históricos, el lucro?

##### **1.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de mercado para determinar la situacion actual frente a aspectos como la competencia, la oferta, demanda y precios de la empresa.

## **1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar la competencia directa e indirecta
- Establecer el cliente potencial
- Determinar el precio adecuado
- Determinar gustos y preferencias del cliente

## **1.3. ANÁLISIS DEL MERCADO**

El mercado objetivo corresponde a la Comuna Universidad ubicada en el suroriente de la ciudad de Pereira, la localidad cuenta con 23 barrios que se ubican en los estratos del 1 al 6, siendo el estrato 6 el mas representativo (68,39%).

“Para el año 2015 Pereira contaba con 469.644 habitantes, 17.914 habitantes pertenecientes a la comuna, para el año 2020 se estima que habitaran esta zona un promedio general de 18.352 personas de los cuales el 56.55% son mujeres y el 43,55% hombres” (como se cita en Asociación Centro de Consultoría Universitaria. (s.f)

Este sector se delimita por la vía a mundo nuevo, la Universidad Tecnológica de Pereira, el sector de la Circunvalar, Álamos y Pinares, por lo cual cuenta con adecuadas vías de acceso, servicio de alcantarillado convencional, servicio energético conectado al sistema de energía de Pereira, manejo integral de basuras y aseo, gas domiciliario y conectividad y telecomunicaciones.

Según la Secretaria de Gestión inmobiliaria (2013) “El canon promedio de arrendamiento de local en este sector es el segundo más costoso de Pereira, después del centro, su precio fue de \$ 1.408.625 para el último trimestre del 2013”

#### **1.4. ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA COMUNA UNIVERSIDAD**

La Comuna Universidad presenta habitantes que en su gran mayoría pertenecientes a estratos altos, es por ello que existe presencia de locales comerciales que buscan abastecer la demanda no solo de los clientes de los barrios El bosque, Ciudad Jardín, zona universitaria y el terminal, sino también de la población estudiantil que constantemente demanda los servicios de restaurantes, cafeterías, papelerías, tiendas y bares ubicados principalmente en la zona del barrio ciudad jardín, cuyo estrato es tres y cuatro.

Cabe destacar que, aunque la zona universidad genera empleo, puesto que según el diagnóstico de la Comuna Universidad (2011) representa un 8.7% del tejido empresarial de la ciudad de Pereira, abastecido por un sin número de servicios en sectores como la Circunvalar y la avenida Juan B. Gutiérrez tales como empresas de salud, bares, restaurantes, y almacenes, sin embargo, los beneficiarios de estos empleos son habitantes de otras comunas de la Ciudad y no del sector.

Es por ello que se precisa enfatizar un poco en la temática empleo; puesto que es un ítem económico de interés general en el mercado. Según se cita en Pereira verde y empoderada (2018), “las primeras tres ciudades con menor desempleo en el país, fueron Bucaramanga, Pereira y

Cartagena. Pereira se ubicó en el segundo lugar con una tasa de desempleo del 8,3 % y una tasa de ocupación del 59,6 % “

La siguiente tabla ejemplifica mejor el tema, ya que se presenta el porcentaje de Ocupación Informal, según tamaño de las empresas. 2010-2011 (Primer semestre)

<b>Tamaño empresa</b>	<b>Ene- Mar 2010</b>	<b>Mar- Jun 2010</b>	<b>Jul-Ago 2010</b>	<b>Oct-Dic 2010</b>	<b>Ene- Mar 2011</b>	<b>Abr-Jun 2011</b>
<b>Hasta 5 empleados</b>	83,2	84,3	81,7	81,9	83,5	84,0
<b>Hasta 10 empleados</b>	97,7	95,9	97,4	97,0	96,9	97,1
<b>Más de 10 empleados</b>	2,3	4,1	2,6	3,0	3,1	2,9

**Tabla 2:** Porcentaje de ocupación informal.

**Fuente:** Internet.

Según el POT. Pereira (2015) el tamaño de las empresas en la ciudad de Pereira es mayormente conformado por microempresas; se puede evidenciar como el 84 % de los empleados informales se encuentran en empresas de hasta 5 empleados y el 97 % de la informalidad se desenvuelve en empresas de hasta 10 empleados.



A partir de los anteriores datos se analiza como el desempleo se convirtió en empleabilidad y ocupación gracias al apoyo a ideas de emprendimiento que propician la generación de empleo en la región, es por ello que el presente proyecto también contempla dentro de sus agregados, la generación de empleo para población estudiantil, que resida en la zona y desee aumentar sus ingresos económicos.

En la comuna universidad encontramos gran diversidad de modalidades de vivienda se encuentran casas unifamiliares, conjuntos cerrados- residenciales y espacios para el comercio. El barrio donde estará ubicado el lugar corresponde al barrio Ciudad Jardín, una zona comercial, donde las unidades básicas de vivienda albergan en su gran mayoría población estudiantil, gran variedad de personas, puesto que confluyen en su mayoría de diferentes zonas del país, por lo cual tienen diferentes gustos musicales, culturales y de índole religioso.

<b>Intervalos</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>0-14</b>	3433	3438	3465
<b>15-19</b>	1415	1422	1429
<b>20-24</b>	1465	1472	1478
<b>25-29</b>	1419	1425	1432
<b>30-35</b>	1201	1207	1213
<b>36-40</b>	1409	1416	1422
<b>41-45</b>	1609	1616	1624
<b>46-50</b>	1544	1552	1559
<b>51-55</b>	1315	1322	1328
<b>56-60</b>	965	970	974
<b>60 y mas</b>	743	746	750

**Tabla 3.** Población proyectada 2018-2020 comuna Universidad

**Fuente:** Asociación Centro de Consultoría Universitaria. (s.f). *Diagnóstico socioeconómico Comuna Universidad.* Alcaldía de Pereira.

Para acogerse a la normatividad para el consumo de bebidas que contengan alcohol solo se permitirá el consumo para mayores de 18 de años, lo cual corresponden aproximadamente al 65,62% del total de la comuna y se puede entender como la demanda real del proyecto para productos como los hervidos y las micheladas, por el contrario, para los productos correspondientes a pasabocas la demanda potencial del proyecto es representada por el 100 % de los habitantes de esta zona.

En resumen la demanda objetivo corresponde a los habitantes de la zona aledaña a la universidad Tecnológica de Pereira, es decir los barrios Ciudad Jardín, Terminal y estudiantes universitarios que transiten por la glorieta Canaán , especialmente personas económicamente activas, procedentes de la región del sur de Colombia que ya tienen cierto gusto por los productos a ofertar, de cualquier orientación sexual que deseen compartir algún pasabocas o tipo de bebida mientras comparten con sus familiares y/o compañeros.

## **9.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO**

Teniendo en cuenta que “Snack bar Urkunina” desea brindar a la población estudiantil de la Universidad Tecnológica de Pereira y residentes de zonas aledañas, un espacio de dispersión y ocio, que además brinda pasabocas y bebidas diferentes a los que normalmente encuentran en la oferta del sector comercial. Se plantea ofrecer los siguientes productos, de los cuales en el Anexo 6. Se encuentran las recetas y su preparación:

### ❖ Frito Pastuso

El frito pastuso, es una insignia de la gastronomía nariñense, después del cuy es el plato más apetecido por propios y visitantes. Este producto es fabricado con 200 gr de carne de pierna de cerdo acompañado de papa cocinada y crispetas, además de aji de maní, también procedente del departamento. Tiene una combinación de sabores y una contextura que le brinda al cliente un deleite de comida.



**Imagen 3.** Fotografía descriptiva del frito pastuso

**Fuente:** tomada de “101 empanadas”.

### ❖ Lapingachos

En Ecuador se los conocen como Llapingachos, sin embargo, en Nariño se denominan Lapingachos. Según el blog Pasto.com, los lapingachos “son un plato típico originario de la

región andina, su procedencia se atribuye al vecino país de Ecuador y la ciudad fronteriza de Ipiales (Colombia). Se han convertido en un importante referente de la gastronomía de la región” siendo así, un plato apetecido por propios y visitantes. Los lapingachos son unas tortillas medianas hechas de papa cocida que posteriormente se transforma en molo (puré) de papa y que al formarlo en “bolitas” se le introduce en su interior un trozo de queso. La elaboración de estos pasabocas, que estaría acompañado de una porción de 125 gr de carne de cerdo, res o pollo y ensalada, tiene como materia prima una papa que en el departamento de Nariño se conoce papa capira. Los lapingachos se consideran de sabor salado, con textura harinosa y se sirven preferiblemente calientes, es decir, recién preparados.



**Imagen 4.** Fotografía descriptiva de los Lapingachos

**Fuente:** tomada de Pasto.com (diciembre 19, 2018).

### ❖ Choriza Sandoneña

Según Luisa Fernanda Paz en su blog, la choriza sandoneña es un “embutido hecho con carne de cerdo picada y pimentón, curado al humo, generalmente de color rojo oscuro y de forma cilíndrica y alargada”, que como su nombre lo dice, es un producto procedente del municipio de Sandoná en el departamento de Nariño. Este plato típico es similar al chorizo que normalmente se conoce, pero tiene sabores exquisitos que le distinguen. Se sirve una porción de 100 gr, acompañada de papa y arepa.



**Imagen 5.** Fotografía descriptiva de la choriza

**Fuente:** tomada del blog personal de Luisa Fernanda Paz. (marzo 19, 2010).

### ❖ Empanadas de Harina

Esta clase de empanadas es diferente y muy deliciosa. Su elaboración requiere de varios productos dentro de la materia prima pero el principal es la harina de trigo con la cual se debe

hacer una masa que al freír la empanada ésta sea crocante y con una buena textura. Las empanadas de harina pueden contener guiso, arroz con queso o sólo queso. Al finalizar el proceso, las empanadas son bañadas con azúcar, generando una explosión de sabores.



**Imagen 6.** Fotografía descriptiva de las empanadas de harina

*Fuente:* tomada de “a la criolla”.

#### ❖ **Empanadas de Añejo**

Según Paula Andrea Benavides, en un artículo publicado en Vanguardia, en Nariño “son típicas las empanadas de añejo, elaboradas con una masa fina de maíz fermentado, lo que da origen a su nombre. Están rellenas de guiso de arroz, arvejas y carne de res, cerdo o pollo”. Dicha masa fina viene prefabricada para amasar y rellenar las empanadas, y se consigue en el departamento de Nariño. Este producto puede contener, además de lo dicho anteriormente, arroz con queso o sólo queso. Quedan genial acompañadas de ají picante, el cual puede ser elaborado de tomate de árbol, un tipo de ají procedente del departamento.



*Imagen 7.* Fotografía descriptiva de las empanadas de ñejo

**Fuente:** tomada de “101 empanadas”.

#### ❖ **Papas criollas amarillas freídas en cascós**

Según la página web Listo&fresco, “la papa criolla amarilla, originaria de Colombia, es un tubérculo de piel delgada y de color amarillo. Tiene un gran valor alimenticio ya que es una fuente rica en proteína, carbohidratos, potasio, vitaminas y minerales”, además según Genny Mantilla, en un artículo publicado en El campesino.com, “En Colombia existe una diversificación de papa criolla, actualmente se cultiva en Antioquia, Boyacá, Cundinamarca y Nariño”. Éste último departamento es el de nuestro interés, ya que la papa criolla amarilla del mismo tiene un sabor y textura únicos, que es una característica esencial en cualquier producto y al estar acompañado de diferentes salsas y guacamole, quedan muchísimo mejor, además, se le puede adicionar salchicha ranchera. La materia prima requerida es 200 gr de papa amarilla, sal y aceite para freírlas, se elaboran lavando la papa y fraccionándola en cuatro



(dependiendo del tamaño de la papa), de ahí su denominación “en cascós” ya que la forma es muy similar. Este plato es sencillo pero exquisito ya que, según Genny Mantilla, “la papa criolla amarilla es un producto exótico considerado en el mundo como gourmet”, lo que le brinda un toque atractivo al producto.



**Imagen 8.** Fotografía descriptiva de las papas criollas amarillas freídas en cascós,

**Fuente:** tomada de internet.

### ❖ Quimbolitos

Según Wikipedia, “Los quimbolitos son pasteles, propios del Ecuador y del sur de Colombia, especialmente en San Juan de Pasto, elaborados con harina de maíz, mantequilla, huevo, queso, uvas pasas, [...] cocidos al vapor envueltos en hojas de achira” y que se cocinan en baño maría. Los quimbolitos son similares a los tamales que normalmente se conoce, con



la diferencia que su sabor es dulce. Este producto se sirve en porciones de 140 gr y se puede acompañar perfectamente con una taza de café Nariñense.



*Imagen 9.* Fotografía descriptiva de los quimbolitos,

*Fuente:* tomada de la página oficial de P.A.N.

#### ❖ Hervidos a base de fruta

Un hervido es una bebida alcohólica la cual se realiza con frutas de la mejor calidad, entre las cuales se tiene mora, maracuyá, lulo y hasta limón; con aguardiente o en el mejor de los casos con un licor a base de anís llamado “Chapil” el cual es un alcohol destilado de la caña de azúcar y se le añade azúcar, canela y especias para obtener un mejor sabor y una bebida alcohólica totalmente diferente que se sirve en porciones de 16 oz o en jarras de 1,5 lt que alcanzaría para 5 vasos de 10 oz. La distinción del hervido de cualquier otra bebida alcohólica

es que se sirve caliente, es decir, recién preparado. Es recomendable consumir moderadamente esta bebida ya que contiene ingredientes que juntos pueden acelerar el proceso del alcohol en el cuerpo humano.



**Imagen 10.** Fotografía descriptiva de un hervido,

*Fuente:* tomada de “See Colombia” (enero 9, 2013).

### ❖ Micheladas

Según Wikipedia, “la michelada es una bebida alcohólica mexicana que se prepara mezclando cerveza, jugo de limón, y sal”, sin embargo, en Colombia y en el departamento de Nariño es muy común encontrar este producto, por lo cual se decidió ofertarlo entre los productos a ofrecer en la empresa “Snack Bar Urkunina”.

La preparación de esta bebida es bastante sencilla, basta con humedecer los bordes de un vaso para posteriormente humedecerlos con sal. Luego se mezcla la cerveza de preferencia del cliente, con extracto de limón y se sirve en vasos de 20 oz, es una bebida ideal para consumir en esos días soleados.



**Imagen 11.** Fotografía descriptiva de unas micheladas,

**Fuente:** tomada de “Espacio culinario” (febrero 3, 2017).

### ❖ **Café Nariñense**

Para los conocedores de café, es bien sabido que Nariño produce un café de alta calidad. Diego Camilo Burgos lo corrobora en su artículo, al decir que “los siete premios logrados

durante el concurso de la Taza a la Excelencia 2017, por cafeteros nariñenses, evidencia la calidad del café que se produce en las tierras fértiles de esta región”. La principal razón para que sea tan especial el café nariñense se la encontró en Nariño-Café de Colombia:

Diferentes factores agroclimáticos de la región de Nariño explican los atributos sensoriales del Café de Nariño, y que lo constituyen en uno de los orígenes regionales a nivel mundial que más interés y aprecio despiertan entre especialistas y conocedores. En primer lugar, las características del Café de Nariño están relacionadas con la altura sobre el nivel del mar donde se produce, la cual alcanza hasta los 2,300 metros, y con las diversas temperaturas que se registran en las montañas durante el día y la noche.

Producir café a estas alturas solo es viable si, en primer lugar, se está muy cerca de la línea ecuatorial, ya que permite recibir abundante radiación solar durante todo el año [...]. En segundo término, los hondos cañones y la accidentada geografía de la zona crean factores agroclimáticos especiales que permiten que, en la noche la planta sobreviva sin enfrentar heladas o temperaturas extremas gracias al aire caliente proveniente de los valles, el cual asciende a esas horas. Sin embargo, estas condiciones ligadas al desarrollo de la planta del café y del fruto generan la acumulación de ciertos ácidos y azúcares que hacen que la bioquímica del café de Nariño sea diferente.

Cabe resaltar también que la costumbre y la cultura cafetera del departamento permiten que los campesinos entreguen “con gran dedicación sus conocimientos y habilidades para producir un café estrictamente seleccionado, trabajando con gran atención para cuidar todo el proceso productivo”.

Este producto será ofrecido en tazas de 8 oz o a gusto del cliente.



**Imagen 12.** Fotografía descriptiva del café,

**Fuente:** tomada de la página 10. (febrero 1, 2018).

### ❖ **Postre Dulce de Chilacuán**

Como lo expresa la página de Facebook Choco, sabores que te embrujan:

Chilacuán, así llaman en Nariño a la papayuela. Se trata de un fruto apreciado en toda la Región Andina y muy benéfico para afecciones respiratorias, digestivas y de la piel. Con este se preparan aguas aromáticas y la postre insignia de Nariño. La pulpa de los chilacuanes cortadas en julianas se cocina en agua por una hora con astillas de canela y azúcar. Luego se baja el fuego y por media hora se deja sin revolver y se le quita la espuma. Al final, se le añade unas gotas de limón y se envasa en una dulcera.

Este delicioso postre se sirve en porciones de 100 gr del dulce acompañado de una porción de queso. Perfecto para degustar después de cualquier comida o en cualquier momento.



**Imagen 13.** Fotografía descriptiva del dulce de chilacuan,

*Fuente:* tomada de la página Demelito



### **1.5. ANALISIS DE LA DEMANDA Y PERFIL DEL CONSUMIDOR**

Tras analizar las fuentes de información primaria a través de la encuesta se puede establecer que la demanda de “Snack Bar Urkunina” se encuentra conformada en su gran mayoría por estudiantes universitarios que se encuentran en el rango de edad de 18 a 25 años, en gran proporción pertenecientes al género masculino y residentes en barrios aledaños a la Universidad Tecnológica de Pereira como lo son Ciudad Jardín, Álamos y San Luis, barrios estratificados como categoría tres y cuatro.

El sitio tiene clientes potenciales que aluden ya haber probado estos platos, gustar en gran medida de ellos, puesto que infieren que su concurrencia será como mínimo una vez a la semana, especialmente los fines de semana, generalmente son estudiantes que gustan de compartir con sus amigos y que dentro de su estilo de vida está el conocer nuevos sabores y experiencias, que no les es tan relevante el precio, pero si tienen valor aspectos como el sabor y la calidad de los productos.

### **1.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA O COMPETENCIA**

En la Comuna Universidad, en especial en los barrios Álamos y Ciudad Jardín que están directamente relacionados con el lugar pensando para la locación de la empresa, se han encontrado mediante una inteligencia del mercado, siete (7) lugares que serían en cierta parte la competencia principal de la empresa, ya que distribuyen productos similares a los planteados dentro de “Snack Bar Urkunina”. Estos lugares son:

- Delidog
- Aredog
- Empanadas Vallunas
- Empandas “don Pedro”
- Pizza & Birra
- Burger Express
- Billar “Pilli”

Sin embargo, en un inicio se planteó que la competencia la conformaban once (11) locales comerciales, pero este número descendió por dos motivos; primero, se observó que tres establecimientos, como lo son Río Launge Bar, Tienda el Gordo y Restaurante Bar Urbano suspendieron totalmente su actividad o cambiaron la razón de ser del establecimiento por lo tanto no representan competencia para “Snack bar Urkunina”

Segundo, se realizó una búsqueda profunda de los productos que ofrece la discoteca Tropical Cocktails y se estableció por medio de la página oficial de dicho establecimiento, que ellos brindan bebidas alcohólicas preparadas con diferentes alcoholes y diferentes métodos, además su establecimiento está destinado para un segmento de mercado que busca satisfacer las necesidades de ocio en forma de baile, actividad que snack bar Urkunina no ofrece dentro de su portafolio.

Lo anteriormente mencionado, sirve para entender que, a pesar de que la competencia de “Snack Bar Urkunina” se considera rentable ya que ha tenido éxito en el sector por más de 4 años, como es el caso del establecimiento Aredog. Adicionalmente, se puede mencionar que Burger Express y Delidog llevan más de un año en el mercado. Por otro lado, Empanadas don Pedro,



Billar “Pili” y Pizza & Birra llevan menos de un año y Empanadas Vallunas han estado por poco más de seis meses en el nicho.

La competencia ofrece productos como:

- Hamburguesas
- Perros calientes
- Empanadas
- Arepas de queso
- Chuzos de carne o pollo
- Carne y pechuga asada
- Sandwich
- Arepas rellenas
- Mazorcada o chuzo desgranado
- Arepa Burger
- Costillas BBQ
- Chorizos
- Salchipapas
- Papa francesa
- Patacones con variedad de acompañantes
- Cerveza (adicional de michelada)
- Gaseosa
- Jugo de frutas en leche y en agua

- Limonada

De la inteligencia de mercado realizada se obtuvo que todos los establecimientos cuentan con personas encargadas de atender al cliente y de un local y mesas para sentarse mientras se adquiere el producto. Así mismo se anexan las siguientes imágenes con los precios y los productos de cuatro de los locales comerciales contemplados como competencia:



*Imagen 14.* Producto ofrecidos por Pizza y Birra



Imagen 15. Productos ofrecidos por Delidog.



Imagen 16. Productos ofrecidos por Aredogs.

Aunque “Snack Bar Urkunina” es una empresa que se encuentra en planeación, mediante el trabajo de campo y las encuestas se ha revelado una imagen al mercado potencial y según la encuesta realizada tiene un 62,1% de aceptación en el nicho. Los productos que la empresa ofrece tienen dos características importantes, la primera es que las personas de procedencia del sur del país conocen, distinguen y gustan de los productos planteados; y la segunda es que también hay una parte significativa del mercado que ignora la existencia de estos productos y ello puede ser un factor importante a la hora de generar la campaña de expectativa para los clientes. Es así que, la principal diferencia que tiene “Snack Bar Urkunina” respecto a la competencia es que los productos, aunque similares, no se venden en ningún establecimiento como tal en el nicho de mercado (a excepción del producto michelada). Por lo tanto, para valorar las fortalezas y debilidades de nuestros productos, a continuación, se realiza una tabla comparativa entre la empresa “Snack Bar Urkunina” y los siete locales comerciales dentro de la competencia, lo anterior para evaluar los atributos más importantes y con ello observar la disponibilidad de cada establecimiento de los mismos

PREGUNTAS	EMRESAS COMPETIDORAS			NUESTRA EMPRESA
	Aredog	Delidog	Burger Express	Snack Bar Urkunina
Productos similares	Salchipapas	Salchipapas	Papa a la francesa	Papas criollas amarillas
	Papa a la francesa	Papa a la francesa	Pechuga asada	freídas
	carne y pechuga asada	carne y pechuga asada	Chuzo de carne o pollo	Lapingachos
	Chuzo de carne o pollo	Chuzo de carne o pollo	Arepas	Frito Pastuso
	Chorizo	Chorizo		Choriza sandoneña
	Arepas	Arepas		
¿Qué ofrece a la clientela?	Comidas rápidas	Comidas rápidas	Comidas rápidas	Pasabocas
	Horario a partir de las 5 pm	Horario a partir de las 5 pm	Horario a partir de las 5 pm	TV
	TV	TV	TV	esparcimiento
	Atención	Atención	Atención	Insumos reciclabe
				materia prima nariñense
				Horario a partir de las 5 pm
				Atención individual y personalizada
				Calidad
¿Dónde se venden?	local comercial	local comercial	local comercial	local comercial
				Aplicativo
¿Quién los compra?	Hombres	Hombres	Hombres	Hombres 64%
	Mujeres	Mujeres	Mujeres	Mujeres 35,2%
	Jóvenes	Jóvenes	Jóvenes	Jóvenes 80,8%
	Estudiantes	Estudiantes	Estudiantes	Estudiantes 76,8%
Presentación	buena	buena	buena	49,6% importante
Contenido	satisfactorio	satisfactorio	satisfactorio	41,1% importante
Calidad	buena	buena	buena	67,2% importante
Sabor	normal	normal	normal	87,2% imporante
Precio	Considerable	Considerable	Considerable	71,2% importante
Canales de distribución	Canal directo	Canal directo	Canal directo	Canal directo
	domicilio	domicilio		Domicilio

**Tabla 4.** Comparativo entre la competencia y Snack Bar Urkunina: Comidas.

**Fuente:** Elaboración propia.

PREGUNTAS	EMRESAS COMPETIDORAS		NUESTRA EMPRESA
	Pizza & Birra	Billar "Pili"	Snack Bar Urkunina
Productos similares	Cerveza	Cerveza	Hervidos
	Jugos naturales	Jugos naturales	Micheladas
	Gaseosa	Gaseosa	
¿Qué ofrece a la clientela?	Bebidas	Bebidas	Bebidas
	Atención	Atención	TV
		Billar	esparcimiento
		Máquinas	Insumos reciclabe
			materia prima nariñense
			Horario a partir de las 5 pm
			Atención individual y personalizada
¿Dónde se venden?	local comercial	local comercial	local comercial
			Aplicativo
¿Quién los compra?	Hombres	Hombres	Hombres 64%
	Mujeres	Mujeres	Mujeres 35,2%
	Jóvenes	Jóvenes	Jóvenes 80,8%
	Estudiantes	Estudiantes	Estudiantes 76,8%
Presentación	buena	buena	49,6% importante
Contenido	satisfactorio	satisfactorio	41,1% importante
Calidad	buena	buena	67,2% importante
Sabor	normal	normal	87,2% imporante
Precio	Considerable	Considerable	71,2% importante
Canales de distribución	Canal directo	Canal directo	Canal directo
	domicilio		Domicilio

**Tabla 5.** Comparativo entre la competencia y Snack Bar Urkunina: Bebidas.

**Fuente:** Elaboración propia.

PREGUNTAS	EMRESAS COMPETIDORAS		NUESTRA EMPRESA
	Empanadas Vallunas	Empanadas don Pedro	Snack Bar Urkunina
Productos similares	Empanadas de pollo	Empanadas de pollo	Empanadas de a�ejo con diferentes rellenos
	Empanadas de carne	Empanadas de carne	Empanadas de harina con diferentes rellenos
	Empanadas de queso		Quimbolitos
	Dedos		Dulce de chilacuán
	Marranas		
�Qu� ofrece a la clientela?	Pasabocas	Pasabocas	Empanadas
	Horario a partir de las 5 pm	Horario a partir de las 5 pm	TV
	TV	TV	esparcimiento
	Atención	Atención	Insumos reciclabe
			materia prima nariñense
			Horario a partir de las 5 pm
			Atención individual y personalizada
�D�nde se venden?	local comercial	local comercial	local comercial
			Aplicativo
�Qui�n los compra?	Hombres	Hombres	Hombres 64%
	Mujeres	Mujeres	Mujeres 35,2%
	Jóvenes	Jóvenes	Jóvenes 80,8%
	Estudiantes	Estudiantes	Estudiantes 76,8%
Presentación	buena	buena	49,6% importante
Contenido	satisfactorio	satisfactorio	41,1% importante
Calidad	buena	buena	67,2% importante
Sabor	normal	normal	87,2% imporante
Precio	Considerable	Considerable	71,2% importante
Canales de distribución	Canal directo	Canal directo	Canal directo
	domicilio	domicilio	Domicilio

**Tabla 6.** Comparativo entre la competencia y Snack Bar Urkunina: Empanadas y demás.

**Fuente:** Elaboración propia.

Cabe resaltar que, la empresa “Snack Bar Urkunina” tiene atributos y productos que le dan un factor importante dentro del mercado, resolviendo así, que a pesar de que hay una oferta considerable, hay aún mucho mercado disponible; que se traduce en que hay que mantener los precios de la competencia para que la demanda aumente.

Finalmente, se puede concluir que la empresa “Snack Bar Urkunina” tiene atributos únicos que le solidifican la posición competitiva en el mercado.



### **1.7. ANÁLISIS DE PRECIO**

A la hora de fijar precios para los productos ofertados por “Snack Bar Urkunina”, se debe tener en cuenta lo siguiente:

1. Dado que los productos se ofertan en su mayoría en establecimientos ubicados en la Ciudad de Pasto, se realizó inteligencia del mercado en esta ciudad y se estimó un rango de precios acorde a los platos a ofertar en “Snack Bar Urkunina”,
2. Dicho rango de precios se aplicó en la encuesta para obtener información del precio máximo que estaría dispuesto a pagar el mercado potencial por cada uno de los productos.
3. Dado que la empresa se debe situar en una zona estratégicamente comercial, los costos y gastos de locación son elevados, por esto deben ser contemplados en el precio de los productos.
4. Se busca cubrir los costos de fabricación en su totalidad con la venta del producto y así garantizar un adecuado flujo de caja que permita tener una producción continua, es decir seguir produciendo todos y cada uno de los once (11) productos.
5. La empresa a largo plazo desea posicionarse en el mercado y fidelizar a sus clientes, por lo tanto, se debe hallar el punto de equilibrio en el precio.
6. La Comuna Universidad está ubicada en un sector privilegiado de la ciudad de Pereira, puesto que los sectores que la componen en su mayoría son estrato cuatro o superior.
7. El porcentaje de utilidad que desea alcanzar la empresa es como mínimo del 20%.

A continuación, se presenta la estrategia de precio para cada uno de los once (11) productos que tiene pensado ofrecer la empresa “Snack Bar Urkunina”:

FRITO PASTUSO		
MATERIAL DIRECTO (MD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1/4	Carne de cerdo kg	\$1.839
2	papa pastusa	\$1.000
1/4	crispetas	\$500
TOTAL MD		\$3.339
MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	operario	\$4.167
TOTAL MD		\$4.167
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	plato desechable	\$500
1	cubiertos desechables	\$250
1	guantes desechables	\$250
1	Especias y condimentos	\$1.000
TOTAL MD		\$2.000
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO		
MD+MOD+CIF		\$9.506
GASTOS GENERALES (13%)		\$1.236
BENEFICIO EMPRESA (20%)		\$1.901
COSTO UNITARIO TOTAL		\$12.643

**Tabla 7.** Cálculo de precio Frito Pastuso.

**Fuente:** Elaboración propia.

Para el Frito pastuso, la encuesta arrojó un rango aceptable del 81,9% para el precio unitario entre \$12.000 y \$14.000 COP, es decir, el precio calculado está dentro del rango.

LAPINGACHOS		
MATERIAL DIRECTO (MD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1/7	Carne de cerdo, res o pollo kg	\$1.103
4	papa pastusa	\$2.000
1/4	queso	\$500
1/4	lechuga	\$560
TOTAL MD		\$4.163
MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	operario	\$4.167
TOTAL MD		\$4.167
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	plato desechable	\$500
1	cubiertos desechables	\$250
1	Especias y condimentos	\$1.000
TOTAL MD		\$1.750
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO		
MD+MOD+CIF		\$10.080
GASTOS GENERALES (13%)		\$1.310
BENEFICIO EMPRESA (20%)		\$2.016
COSTO UNITARIO TOTAL		<b>\$13.406</b>

**Tabla 8:** Calculo de precio Lapingachos.

*Fuente:* Elaboración propia.

Para los lapingachos, la encuesta arrojó un rango aceptable del 66,9% para el precio unitario entre \$8.000 y \$10.000 COP, es decir, el precio calculado está fuera del rango.

<b>PAPA CRIOLLA AMARILLA</b>		
<b>MATERIAL DIRECTO (MD)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
1/5	papa criolla amarilla kg	\$1.437
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$1.437</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
1	operario	\$1.042
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$1.042</b>
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
1	plato desechable	\$500
1	cubiertos desechables	\$250
1	aceite	\$250
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$1.000</b>
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO</b>		
MD+MOD+CIF		\$3.479
GASTOS GENERALES (13%)		\$452
BENEFICIO EMPRESA (20%)		\$696
<b>COSTO UNITARIO TOTAL</b>		<b>\$4.627</b>

**Tabla 9.** Cálculo de precio Papa Criolla Freída en Cascos.

**Fuente:** Elaboración propia.

Para la papa criolla amarilla, la encuesta arrojó un rango aceptable del 62,2% para el precio unitario entre \$3.500 y \$4.000 COP, es decir, el precio calculado está fuera del rango.

<b>CHORIZA SANDONEÑA</b>		
<b>MATERIAL DIRECTO (MD)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
1/8	choriza sandoneña kg	\$1.250
1	papa pastusa	\$500
1	arepa	\$250
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$2.000</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
1	operario	\$2.083
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$2.083</b>
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
1	plato desechable	\$500
1	cubiertos desechables	\$250
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$750</b>
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO</b>		
MD+MOD+CIF		\$4.833
GASTOS GENERALES (13%)		\$628
BENEFICIO EMPRESA (20%)		\$967
<b>COSTO UNITARIO TOTAL</b>		<b>\$6.428</b>

**Tabla 10.** Cálculo de precio Choriza Sandoneña.

**Fuente:** Elaboración propia.

Para la choriza sandoneña, la encuesta arrojó un rango aceptable del 78,7% para el precio unitario entre \$6.000 y \$8.000 COP, es decir, el precio calculado está dentro del rango.

EMPANADAS DE HARINA		
MATERIAL DIRECTO (MD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
2	harina 0,5kg	\$2.384
1	arroz 1lb	\$2.167
1	queso	\$3.000
TOTAL MD		\$7.551
MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	operario	\$4.167
TOTAL MD		\$4.167
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
12	servilletas	\$300
1	aceite	\$250
TOTAL MD		\$550
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO		
MD+MOD+CIF		\$12.268
GASTOS GENERALES (13%)		\$1.595
BENEFICIO EMPRESA (20%)		\$2.454
COSTO DOCENA TOTAL		\$16.316

**Tabla 11.** Cálculo de precio Empanadas de Harina.

*Fuente:* Elaboración propia.

Para las empanadas de harina, la encuesta arrojó un rango aceptable del 80,3% para el precio de tres empanadas entre \$2.100 y \$3.000 COP, es decir, si se divide el precio por docena el precio calculado está fuera del rango.

EMPANADAS DE AÑEJO		
MATERIAL DIRECTO (MD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	anejo 1kg	\$2.000
1	verduras	\$4.000
TOTAL MD		\$6.000
MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	operario	\$4.167
TOTAL MD		\$4.167
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
12	servilletas	\$300
1	aceite	\$250
TOTAL MD		\$550
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO		
MD+MOD+CIF		\$10.717
GASTOS GENERALES (13%)		\$1.393
BENEFICIO EMPRESA (20%)		\$2.143
COSTO DOCENA TOTAL		\$14.253

**Tabla 12.** Cálculo de precio Empanadas de Añejo.

**Fuente:** Elaboración propia.

Para las empanadas de añejo, la encuesta arrojó un rango aceptable del 80,3% para el precio de tres empanadas entre \$2.100 y \$3.000 COP, es decir, si se divide el precio por docena el precio calculado está fuera del rango.

QUIMBOLITO		
MATERIAL DIRECTO (MD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	harina 0,5kg	\$1.192
1	pasas	\$250
TOTAL MD		\$1.442
MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	operario	\$4.167
TOTAL MD		\$4.167
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
0	.	\$0
TOTAL MD		\$0
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO		
MD+MOD+CIF		\$5.609
GASTOS GENERALES (17%)		\$953
BENEFICIO EMPRESA (20%)		\$1.122
COSTO x3 TOTAL		\$7.684

**Tabla 13.** Calculo de precio Quimbolitos.

**Fuente:** Elaboración propia.

Para los quimbolitos, la encuesta arrojó un rango aceptable del 75,6% para el precio entre \$2.000 y \$3.000 COP, es decir, si se divide el precio de tres quimbolitos por el precio unitario, el precio calculado está dentro del rango.



<b>HERVIDOS</b>		
<b>MATERIAL DIRECTO (MD)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
1	pulpa de fruta	\$1.200
1	chupil-aguardiente	\$5.000
1	agua	\$2.000
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$8.200</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
1	operario	\$4.167
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$4.167</b>
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
0	.	\$0
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$0</b>
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO</b>		
MD+MOD+CIF		\$12.367
GASTOS GENERALES (13%)		\$1.608
BENEFICIO EMPRESA (20%)		\$2.473
<b>COSTO JARRA TOTAL</b>		<b>\$16.448</b>

**Tabla 14.** Cálculo de precio Hervidos.

**Fuente:** Elaboración propia.

Para los hervidos, la encuesta arrojó un rango aceptable del 82,7% para el precio entre \$15.000 y \$18.000 COP, es decir, el precio calculado está dentro del rango.

MICHELADA		
MATERIAL DIRECTO (MD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	cerveza	\$2.000
1	limón	\$200
1	sal	\$100
TOTAL MD		\$2.300
MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	operario	\$2.083
TOTAL MD		\$2.083
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
0	.	\$0
TOTAL MD		\$0
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO		
MD+MOD+CIF		\$4.383
GASTOS GENERALES (13%)		\$570
BENEFICIO EMPRESA (20%)		\$877
COSTO UNITARIO TOTAL		\$5.830

**Tabla 15.** Cálculo de precio Michelada.

**Fuente:** Elaboración propia.

Para la michelada, la encuesta arrojó un rango aceptable del 82,7% para el precio entre \$15.000 y \$18.000 COP, es decir, el precio calculado está dentro del rango.

CAFÉ NARIÑENSE		
MATERIAL DIRECTO (MD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1/2	café lb	\$1.500
1	agua	\$1.000
TOTAL MD		\$2.500
MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
1	operario	\$2.083
TOTAL MD		\$2.083
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)		
CANTIDAD	INGREDIENTE	COSTO ESTIMADO
12	vaso	\$960
TOTAL MD		\$960
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO		
MD+MOD+CIF		\$5.543
GASTOS GENERALES (13%)		\$721
BENEFICIO EMPRESA (20%)		\$1.109
COSTO DOCENA TOTAL		<b>\$7.373</b>

**Tabla 16.** Cálculo de precio Café Nariñense.

**Fuente:** Elaboración propia.

Para el café nariñense, la encuesta arrojó un rango aceptable del 71,7% para el precio entre \$1.000 y \$2.000 COP, es decir, si se divide el costo por docena en unitario, el precio calculado está dentro del rango.

<b>DULCE DE CHILACUÁN</b>		
<b>MATERIAL DIRECTO (MD)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
1	papayuela	\$3.731
1	azúcar lb	\$1.300
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$5.031</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
1	operario	\$5.556
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$5.556</b>
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)</b>		
<b>CANTIDAD</b>	<b>INGREDIENTE</b>	<b>COSTO ESTIMADO</b>
12	platos	\$960
12	tenedores	\$1.320
<b>TOTAL MD</b>		<b>\$2.280</b>
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO</b>		
MD+MOD+CIF		\$12.867
GASTOS GENERALES (13%)		\$1.673
BENEFICIO EMPRESA (20%)		\$2.573
<b>COSTO DOCENA TOTAL</b>		<b>\$17.113</b>

**Tabla 17.** Cálculo de precio Dulce de Chilacuan.

**Fuente:** Elaboración propia.

Para el dulce de Chilacúan, la encuesta arrojó un rango aceptable del 85,8% para el precio entre \$4.000 y \$6.000 COP, es decir, si se divide la docena en porciones, el precio calculado está dentro del rango.

## **CAPÍTULO II**

### **2. ESTUDIO TÉCNICO**

En este capítulo se analizará el funcionamiento y la operatividad de la empresa “Snack Bar Urkunina”, el cual es de importancia porque permite determinar la localización de la misma, así como aspectos concernientes a su proceso productivo como la cantidad a producir, los insumos necesarios para el desarrollo de actividades, la mano de obra a emplear, la tecnología y equipos a usar; que permite tener un bosquejo de la funcionalidad de la empresa.

Adicional a ello, es importante también plasmar los aspectos legales que involucra la creación de una empresa relacionada con el sector alimenticio y la distribución de bebidas alcohólicas.

#### **2.4. OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio técnico que permita determinar el tamaño y la localización óptima de la empresa, su proceso productivo, organizacional y legal.

## 2.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar la distribución ideal para el establecimiento, que permita optimizar la capacidad de la empresa.
- ✓ Establecer las necesidades de requerimientos, equipos y tecnología para el desarrollo de actividades empresariales.
- ✓ Crear la estructura organizacional de la empresa contemplada bajo una organización legal.

## 2.6. EQUIPOS Y MAQUINARIA

FICHA TECNICA	
INSTALACIONES	
<b>Tamaño</b>	135 metros cuadrados
<b>Espacio</b>	Zona de consumo y cocina
<b>N.º de entradas</b>	1
<b>Capacidad</b>	30 personas
<b>Aseo</b>	Cuarto de aseo
<b>Cocina</b>	Cocina equipada de refrigerador, lavabo, mesa de trabajo, estufa a gas, freidor
	salamandra gratinadora.
<b>Baños</b>	Dos compartimientos de baño, para damas y para caballeros
	equipados de sanitario, lavamanos y accesorios de aseo.
EQUIPAMIENTO	

<b>Sillas</b>	5 sillas para barra, 2 sofás, 5 puff, 14 sillas de madera
	acolchadas en cuero color negro
<b>Mesas</b>	4 mesas altas, 2 mesas bajas, 1 mesa en acero de inoxidable para
	emplatar
<b>Barra</b>	1 barra de 4 metros en forma de U
<b>TECNOLOGIA</b>	
<b>Equipo de audio</b>	Sistema de sonido completo LD System Dave 8 xs Black
	sistema multimedia 2.1 portátil y compacto con un potente subwoofer
	pasa banda de 8" y dos satélites
<b>Equipo de computo</b>	PC Escritorio 4GB RAM, 1 Terabyte Disco (Ultima Generación.)
	Impresora térmica 58 mm
	Cajón monedero metálico
	Regulador de Voltaje.
	Lector Código Barras con Base.
	Modulo Conexión Informes Celular.
<b>Equipo de video</b>	2 pantalla led interior 48` con player integrado
<b>Equipo de Iluminación</b>	4 bombillas 5000K° y 4 luces empotradas para la barra
	12 bombillas led ahorradoras de 12 vatios
<b>Equipo de refrigeración</b>	Nevera industrial con unidad de alto rendimiento y sistema ahorrador
<b>Otros equipos</b>	Licuada The Quiet One para bebidas
	freidora industrial 12 litros Yescom comercial

	Pelapas en acero inoxidable
	Bascula display led
	2 azafates lisos
	2 azafates Perforados
	Estufa a gas de 4 puestos
	Baño de María
	Estación de bar y toppings
	Mesa de acero inoxidable
	4 cámaras de vigilancia y Dvr 4 canales
<b>Equipo de cafetería</b>	Cafetera capuchinera express café latte Delonghi ec702

**Tabla 18.** Equipos y maquinaria

**Fuente:** Elaboración propia.

## 2.7. LOCALIZACIÓN

### 2.4.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La localización del lugar ya se encuentra definida y corresponde al barrio Ciudad Jardín ubicado en la comuna Universidad, para su escogencia se tuvo en cuenta el hecho de que es una zona estratégica, puesto que es la ruta de muchos estudiantes que se movilizan hacia la - Universidad Tecnológica de Pereira, o hacia la Terminal de transporte de Pereira. De igual manera, es el barrio en el que reside gran número de población estudiantil, dicha zona se caracteriza por ser muy comercial puesto que cuenta con supermercados, tiendas, restaurantes,



papelerías, cafeterías, una gasolinera y excelentes vías de acceso que permitirán a todos los Pereiranos degustar de este servicio.

Cabe destacar que, aunque existe gran número de establecimientos ninguno ofrece el servicio que se pretende brindar, es decir pasabocas y bebidas alcohólicas con características diferenciadoras a los ofertados en el mercado; puesto que son productos propios de la gastronomía nariñense.

A continuación, se realiza un cuadro comparativo por puntos para establecer la localización óptima para el establecimiento entre zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira y la Universidad Área Andina, donde se muestra gran superioridad de la Universidad Tecnológica de Pereira.

FACTORES RELEVANTES		PESO	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA		UNIVERSIDAD DE ANDINA	ÁREA
		Relevancia	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Disponibilidad de materia prima		0,25	5	1,25	5	1,25

<b>Disponibilidad Mano de obra</b>	0,15	9	1,8	7	1,05
<b>Cercanía del mercado</b>	0,20	7	1,4	5	1
<b>Nivel de experiencia Mano de obra</b>	0,05	2	0,1	2	0,1
<b>Nivel adquisitivo</b>	0,15	6	0,9	8	1,2
<b>Ubicación geográfica</b>	0,15	5	0,75	6	0,4
<b>Disponibilidad de lugares de arrendamiento</b>	0,15	5	0,75	3	0,45
<b>Total</b>	1		<b>6,95</b>		<b>5,45</b>

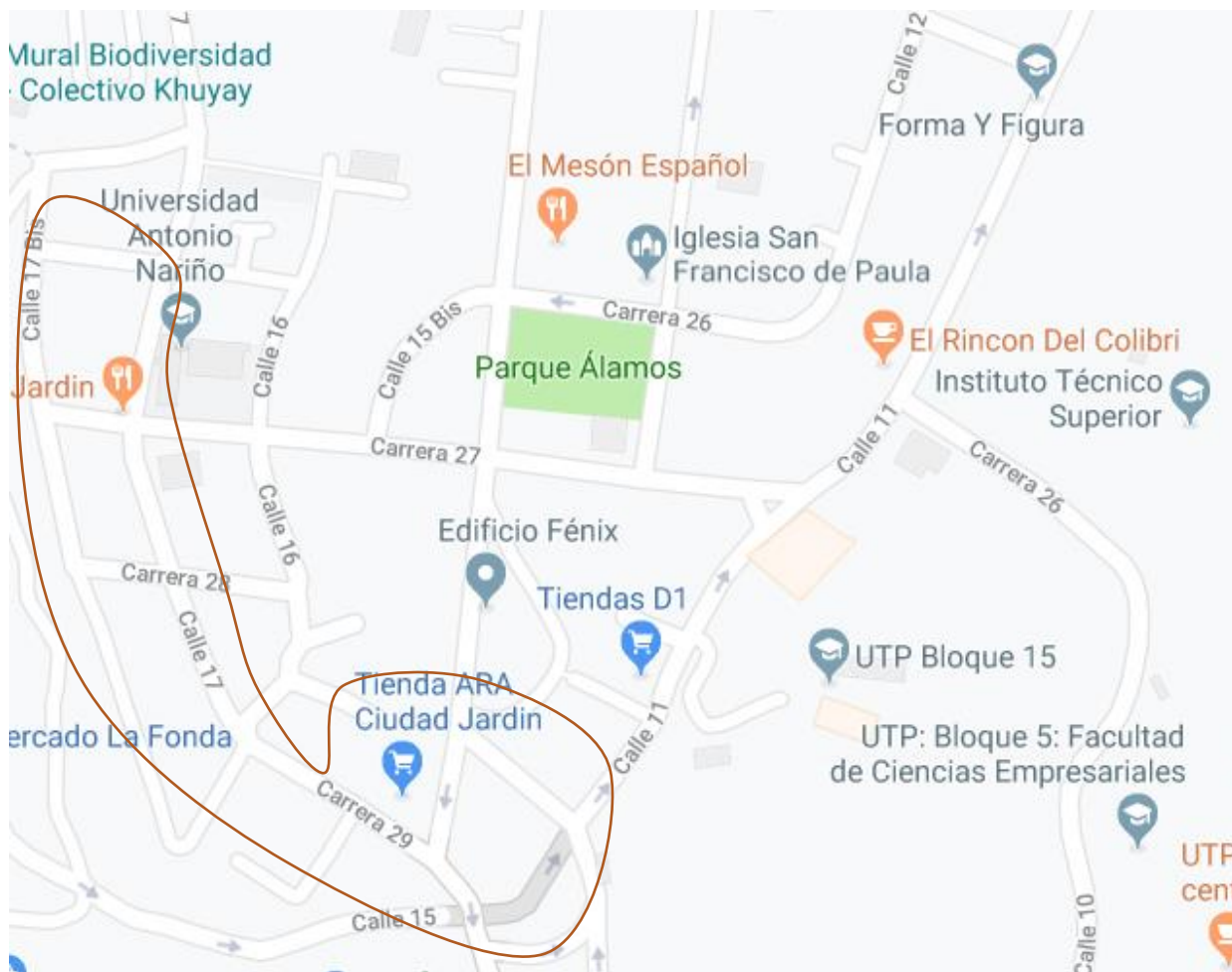
**Tabla 19.** Cuadro comparativo por puntos.

**Fuente:** Elaboración propia.

- ❖ Disponibilidad de materia prima: Al ser una empresa alimenticia con productos específicos propios del departamento de Nariño, requiere materia prima con

determinadas características, puesto que el 50% de dicha materia prima debe ser adquirida en el Dto. de Nariño.

- ❖ Disponibilidad de mano de obra: Se plantea generar empleo, a personas universitarias, por lo tanto, hay gran oferta y es un factor relevante en la atención al cliente. Sin embargo, el personal que transforma la materia prima debe tener el certificado vigente de manipulación de alimentos.
- ❖ Cercanía del mercado: Es importante analizar la cercanía de la empresa a la población objetivo y a la cantidad de clientes potenciales.
- ❖ Nivel de experiencia: Aunque es importante para la zona de cocina, no es indispensable para los meseros, el requisito es ser estudiante y tener capacitación básica.
- ❖ Nivel adquisitivo: Las dos zonas tienen buena posición económica, la Universidad Tecnológica por su estrato socioeconómico y la universidad andina por su carácter privado.
- ❖ Ubicación geográfica: El establecimiento debe estar estratégicamente ubicado, cercano a población estudiantil.
- ❖ Disponibilidad de lugares de arrendamiento: Resulta complejo conseguir lugares para arrendar que se encuentren ubicados estratégicamente y que cumplan con la legislación para su montaje.



**Imagen 17.** Zona seleccionada para la ubicación de “Snack Bar Urkunina”

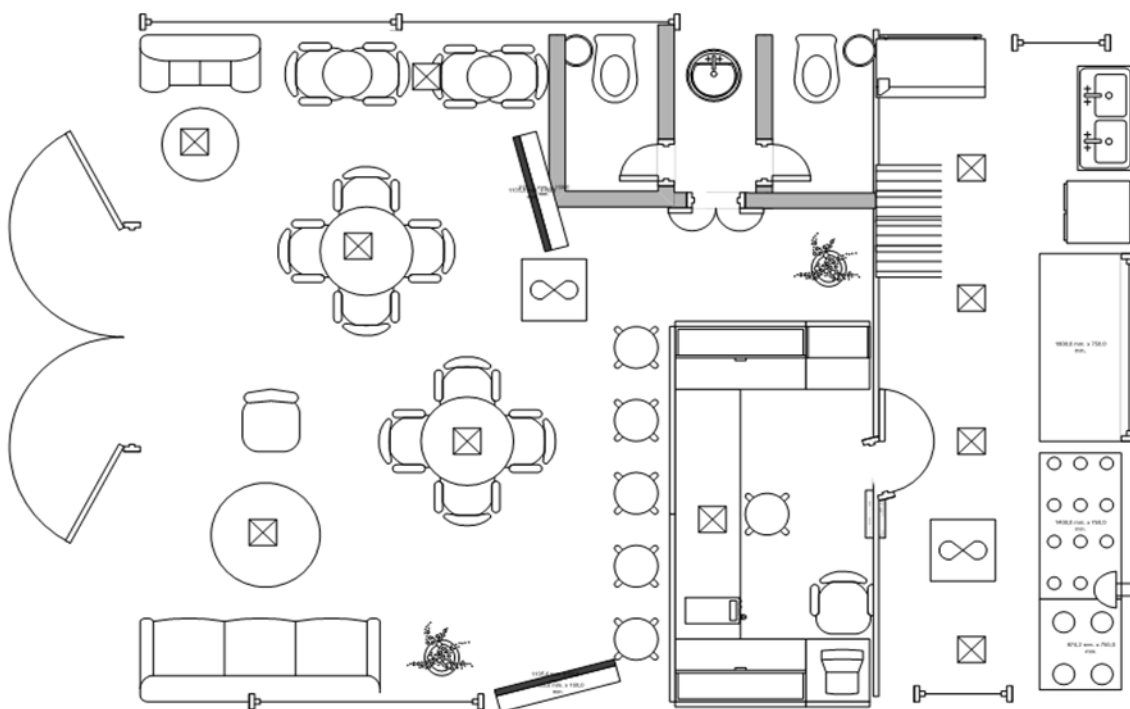
**Fuente:** Realizada con Google Maps y demarcación propia.

### 2.7.2. MICRO LOCALIZACIÓN

El local debe contar con los servicios de agua, internet, telefonía y energía eléctrica con medidor independiente. Es de importancia que disponga de al menos dos fuentes de ventilación e iluminación adecuada. Dentro de su equipamiento debe disponer de lavaplatos y mesón, al menos dos baños equipados con sanitario, lavamanos, dispensador de jabón y papel.

También debe contar con sistema de evacuación y sistema de riesgos que permita reaccionar ante posibles eventualidades.

A continuación, se presenta un bosquejo de la distribución óptima de la planta en un plano escala 1:100.



**Imagen 18.** Bosquejo de la distribución óptima de la planta en un plano con escala 1:100.

**Fuente:** Elaboración propia.

En el anterior plano se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos de distribución de planta, el acceso principal del establecimiento se ubica al frente de la calle principal, lo cual permitirá ser visualizado y un fácil acceso de los clientes, el lugar cuenta con la ventilación adecuada, todos los espacios cuentan con doble fuente, percatándose que las ventanas estén dispuestas de

forma paralela o diagonal entre sí, además cuenta con sistema de ventilación y extractor de olores para cada implemento de la cocina que lo requiera.

En cuanto a su iluminación, tiene dispuestas lámparas adecuadas tanto para la zona de consumo, como la barra de bebidas y la cocina.

Presenta disposición Norte- sur para que la luz natural del sol no incida directamente en la vista de los operarios.

Sus pasillos tienen dimensiones de 0,8 metros aptas para la movilización de personas, cuenta con baños separados uno para hombres, otro para mujeres con lavamanos compartido y accesorios de aseo.

En la cocina se presenta la adecuada conservación de temperatura de calor a frio, también dispone de estantería para que los empleados lo usen como guardarropas y almacenamiento de utensilios de cocina.

## **2.8. PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

Los pedidos automáticamente se asignan a la cocina si es un plato o a la barra en caso de ser una bebida; al salir el producto listo, es llevado por el mesero hasta la mesa del cliente, el cual se retira y se ubica en un punto estratégico donde tenga buena visualización de todas las mesas, para estar atento a cualquier llamado de las mesas o al levantamiento de los platos y utensilios de vidrio; para comodidad del cliente. Cuando el cliente solicite la cuenta se le transmitirá el mensaje de acercarse a caja o si gusta pagar en la mesa, el cliente paga su cuenta,

se le indaga amablemente acerca del servicio y se le despide cortésmente. En caso de no haber levantado la mesa, se lleva a cabo esta actividad.

#### **4.1.1. PLAN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

La empresa “Snack Bar Urkunina” ofrece un portafolio de productos y servicios que cubre y satisface las necesidades del mercado potencial ubicado en las zonas aledañas a la Universidad Tecnológica de Pereira. Dentro del plan de prestación de servicios se encuentra unas pautas fijas en la atención al cliente como lo es:

1. Calurosa bienvenida por parte del personal, asignación de mesa según los requerimientos de la clientela, y entrega del portafolio de productos disponibles para el consumo. Sí los clientes manifiestan querer consumir en la barra se les asigna un taburete, pero se les advierte que no se puede consumir pasabocas medianos en dicho lugar, es decir, además de las bebidas sólo puede consumir pasabocas pequeños y/o postres.
2. Después de unos minutos prudenciales, se toma el pedido a través del software de la empresa en el cual se manda directamente la solicitud a cocina y/o zona de bar, para su inmediata preparación. Sí el pedido es tomado en la barra por el/la bartender, igual debe ser enviado por el software de la empresa para que quede el registro y su continua preparación.
3. Se advierte de cuánto tiempo puede tardar el pedido y se brinda un pequeño abrebocas que puede variar dependiendo el día y la hora. Además, se deja sobre la mesa un distintivo con el número del pedido (no aplica para barra). Se indaga a la clientela si

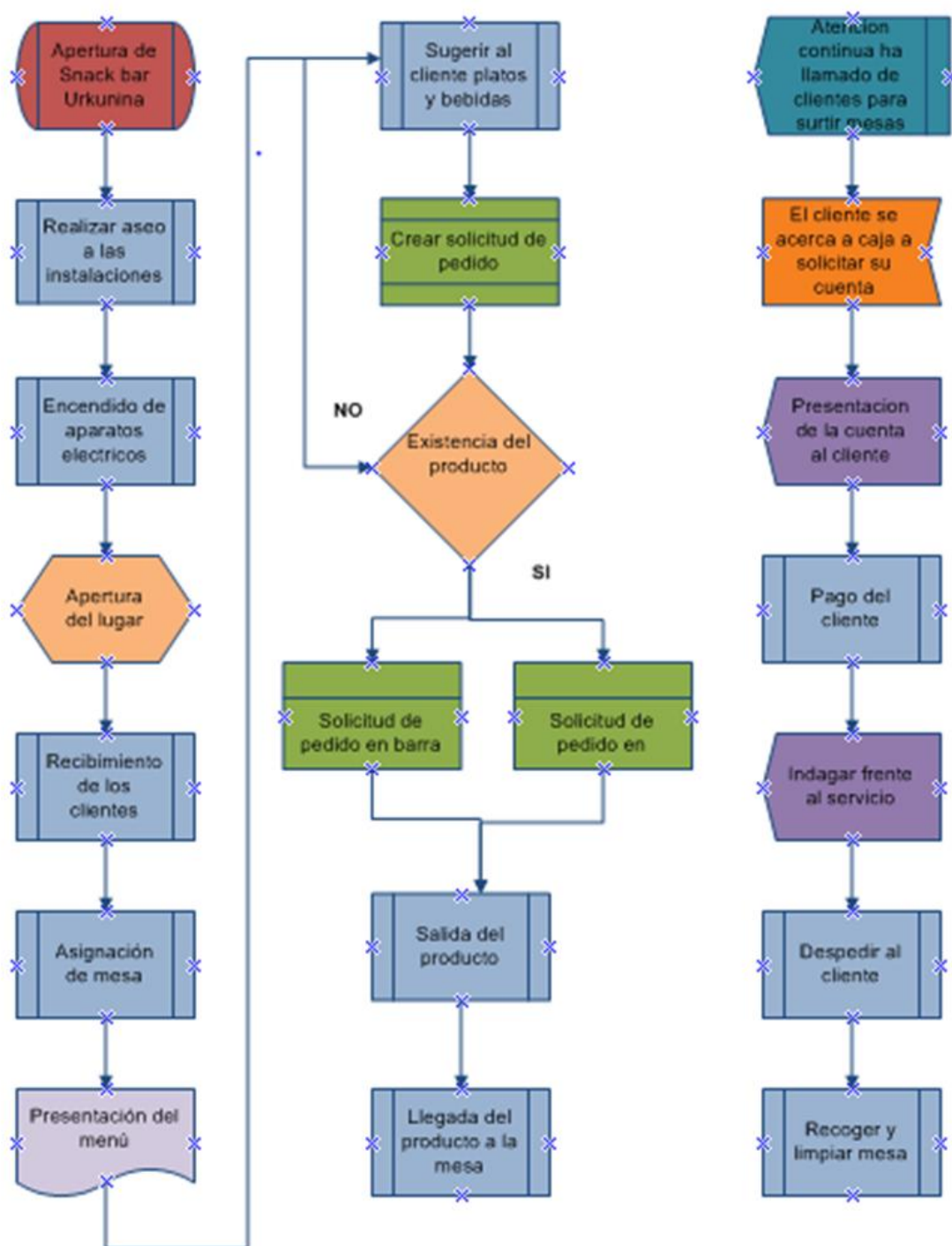
- gusta sugerir algún tipo de música en especial o si desea algún juego de mesa que esté disponible en el snack bar.
4. Se espera comunicación, a través del software de la empresa, de cocina y/o zona de bar cuando el pedido esté listo para que sea servido por el/la mesero/a o el/la bartender, según sea el caso y la ocasión.
  5. Se sirve el pedido con todos los protocolos y cuidados que requiera y con el mejor estilo y servicio. Cuando el pedido esté completo, se retira el distintivo del pedido, sí aplica.
  6. Se pregunta si está todo bien y/o si se desea algo más. Se retira de la mesa o barra, pero se queda pendiente cualquier requerimiento.
  7. Para las mesas, cuando el/la mesero/a visualicen que los comensales han consumido los productos, se ofrece un postre o una bebida caliente y/o alcohólica. Para la barra, cuando el/la bartender visualice que los consumidores han acabado las bebidas y/o productos, se pregunta si desea otra ronda de bebidas.
  8. Si la respuesta a la pregunta anterior es positiva, se cargan los productos a la cuenta del pedido y se manda a través del software de la empresa a la zona según lo requiera, ya sea cocina y/o bar. Si la respuesta es negativa, se ofrece llevar la cuenta a la mesa o barra. Depende de los clientes en dónde realizar el pago, dado que también se pueden acercar a caja para la cancelación de lo consumido.
  9. Dado sea el caso que se acercan a pagar a la caja, se indaga si todo estuvo bien y fue del agrado, se brinda un pequeño suvenir y se entrega la factura de la venta. Así mismo se realiza si se realiza la entrega de la cuenta en la mesa, se realiza el proceso de cancelación en la caja y el/la mesero/a regresa a la mesa con un pequeño suvenir y se entrega la factura de la venta.



Para lo relacionado con los implementos que quedan después del consumo, ya sea en la mesa o en la barra, se tiene en cuenta los siguientes aspectos:

- A. Sí los comensales y consumidores terminan de realizar la acción de consumir como tal y no manifiestan retirarse del lugar, se contabilizan 5 minutos y se procede a retirar los implementos de consumo.
- B. Sí los comensales y consumidores terminan de realizar la acción de consumir como tal y manifiestan retirarse del lugar, se espera hasta que este hecho suceda y/o hasta que todas las personas estén fuera de la zona de la mesa o barra, y se procede a retirar los implementos de consumo.

#### 4.1.2. DIAGRAMA DE FLUJO



*Imagen 19.* Diagrama de flujo.

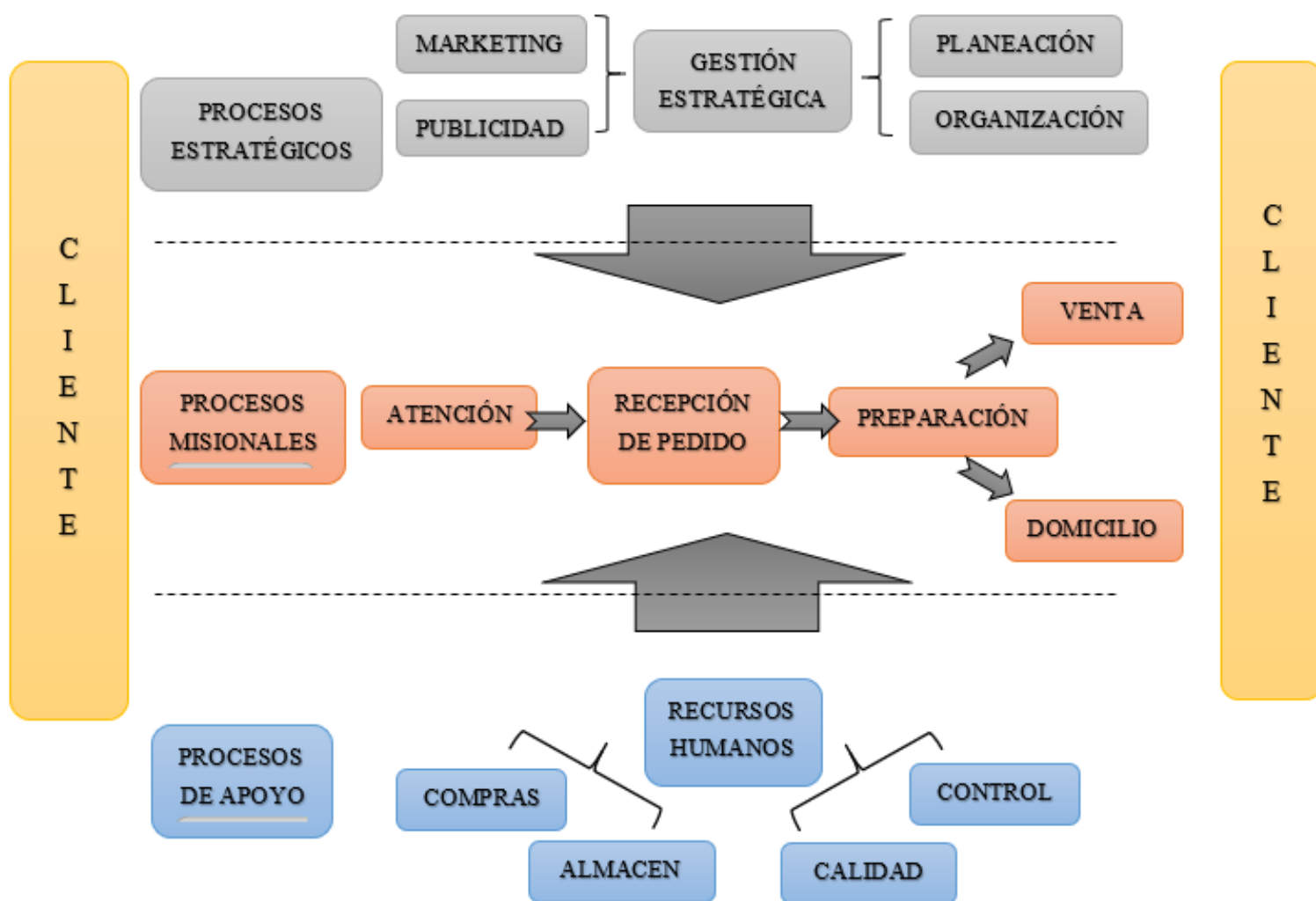
**Fuente:** Elaboración propia.

## 2.9. MAPA DE PROCESOS

Primeramente, se establecen los siguientes procesos que se realizarán dentro de la empresa “Snack Bar Urkunina”.

- Preparación
- Venta
- Atención
- Recepción de pedido
- Domicilio
- Compras
- Almacenamiento
- Marketing
- Publicidad
- Calidad
- Control
- Planeación
- Organización
- Gestión estratégica
- Recursos humanos

Posteriormente, se clasifican para plasmarlas en un mapa de procesos, en el cual siempre va a estar el cliente, tanto al inicio como al final del mapa, lo que significa que no se puede trabajar desligado a este importante factor y todo lo que se haga debe estar destinado a cumplir y satisfacer las necesidades de la clientela y en pro del éxito y expansión de la empresa.



**Imagen 20.** Mapa de procesos.

**Fuente:** Elaboración propia.

## 2.10. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Para llevar a cabo el proyecto empresarial “Snack Bar Urkunina” se debe realizar una inversión monetaria para cubrir todos los aspectos que competen la creación de la empresa. Según Mónica Gómez, en su trabajo de tesis para la Universidad Nacional Autónoma de México, “un presupuesto de inversión se refiere a los costos de inversión en que incurrirá un determinado proyecto para su funcionamiento a través de una comparación y selección de

alternativas que mejor se ajusten a sus necesidades” en donde el presupuesto destinado “se aboca a los desembolsos que se realizan de una sola vez para adquirir e instalar los recursos necesarios para el proyecto en un determinado periodo de tiempo”.

Para llevar a cabo la identificación del presupuesto de inversión necesario para la creación de la empresa “Snack Bar Urkunina”, se requieren tres rubros, tal como lo ha plasmado Mónica Gómez en su tesis, los cuales son:

- Recursos materiales
- Recursos de adaptación
- Recursos humanos
- Recursos financieros

Los cuales se podrán calcular mediante una investigación de precios e indagación con proveedores. Dicha cotización se realiza con tres proveedores, si los hay, para cada elemento que requiera la empresa y en donde se identifican aspectos como “calidad, garantía, costo unitario, condiciones de pago, entrega, mantenimiento”, disponibilidad, facilidad de adquisición, entre otros, para que así, “conduzcan a la mejor toma de decisiones en la adquisición de recursos”.

## **2.11. RECURSOS MATERIALES**

Para la ejecución del proyecto empresarial “Snack Bar Urkunina”, se deben tener en cuenta las instalaciones, la materia prima, los insumos, los equipos, la maquinaria, entre otros, para así cumplir y lograr los objetivos establecidos una vez puesta en marcha la empresa.

Es así que, se realizan subdivisiones de los recursos materiales en pequeños grupos para cuantificarlos según los bienes que representan y la relevancia que tienen dentro de la empresa.

Cabe resaltar que los precios manejados en las tablas presentadas a continuación corresponden al mes de junio del año 2019.

#### 4.1.3. MATERIA PRIMA, CIF E INSUMOS

El proyecto empresarial “Snack Bar Urkunina” desea realizar el lanzamiento de 11 productos al mercado elegido y cada producto requiere materia prima e insumos indispensables para su fabricación. Cabe resaltar, que la materia prima es aquello que se transforma en un producto y los insumos son los elementos necesarios para llevar a cabo dicha transformación. Dicho esto, en la siguiente tabla se encuentra desglosado por producto los requerimientos de cada uno.

##### ❖ Materia prima

N°	PRODUCTO	MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL UNITARIO	PROYECCIÓN DE VENTA	COSTO TOTAL MENSUAL
1	Frito pastuso	carne de cerdo	Gramos	250	\$1.839	\$3.339	63	\$210.357
		papa pastusa	Gramos	300	\$1.000			
		crispetas	Gramos	100	\$500			

2	Lapingachos	Carne de cerdo, res o pollo	Gramos	143	\$1.103	\$4.163	63	\$262.269
		papa pastusa	Gramos	600	\$2.000			
		queso	Gramos	150	\$500			
		lechuga	Gramos	200	\$560			
3	Papa criolla amarilla freída	papa criolla	Gramos	400	\$1.437	\$1.437	56	\$80.472
4	Choriza sandoneña	choriza sandoneña	Gramos	125	\$1.250	\$2.000	63	\$126.000
		papa pastusa	Gramos	150	\$500			
		arepa	Pieza	1	\$250			
5	Empanadas de harina (docena)	harina	Kilogramos	2	\$2.384	\$7.551	56	\$422.856
		arroz	Libras	1	\$2.167			
		queso	Gramos	900	\$3.000			
6	Empanadas de ajeño (docena)	ajeño	Kilogramos	1	\$2.000	\$6.000	56	\$336.000
		verduras	Varios	-	\$4.000			

7	Quimbolito  (tres unidades)	harina	Gramos	500	\$1.192	\$1.442	56	\$80.752
		pasas	Paquete	1	\$250			
8	Litro de hervidos	pulpa de fruta	Gramos	1000	\$1.200	\$6.595	79	\$521.005
		chupil-aguardiente	Mililitros	500	\$5.000			
		agua	Mililitros	500	\$395			
9	Michelada	cerveza	Pieza	1	\$2.000	\$2.300	79	\$181.700
		limón	Pieza	1	\$200			
		sal	-	-	\$100			
10	Café nariñense  (docena)	café	Cucharada	2	\$1.500	\$3.743	79	\$295.685
		agua	Mililitros	2839,056	\$2.243			
11	Dulce de chilacuan  (docena)	papayuela	Unidad	1	\$3.731	\$5.031	19	\$95.589
		azúcar	Libra	1	\$1.300			
TOTAL					\$43.601	\$43.601	669	\$2.612.685

**Tabla 20.** Costos de la materia prima.

**Fuente:** Elaboración propia.



❖ Costos indirectos de fabricación

N°	PRODUCTO	CIF	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL UNITARIO	PROYECCIÓN DE VENTA	COSTO TOTAL MENSUAL
1	Frito pastuso	Plato desechable	Pieza	1	\$500	\$2.000	63	\$126.000
		cubiertos desechables	Pieza	1	\$250			
		guantes desechables	Pieza	1	\$250			
		especies y condimentos	Varios	-	\$1.000			
2	Lapingachos	Plato desechable	Pieza	1	\$500	\$1.750	63	\$110.250
		cubiertos desechables	Pieza	1	\$250			
		especies y condimentos	Pieza	1	\$1.000			
3	Papa criolla amarilla freída	plato desechable	Pieza	1	\$500	\$1.000	56	\$56.000
		cubiertos desechable	Pieza	1	\$250			

		aceite	-	-	\$250			
4	Choriza sandoneña	plato desechable	Pieza	1	\$500	\$750	63	\$47.250
		cubiertos desechables	Pieza	1	\$250			
5	Empanadas de harina (docena)	servilletas	Pieza	12	\$300	\$550	56	\$30.800
		aceite	-	-	\$250			
6	Empanadas de aÑejo (docena)	servilletas	Pieza	12	\$300	\$550	56	\$30.800
		aceite	-	-	\$250			
7	Quimbolito (tres unidades)	hojas	Pieza	3	\$300	\$300	56	\$16.800
8	Litro de hervidos	-	-	-	\$0	\$0	79	\$0
9	Michelada	-	-	-	\$0	\$0	79	\$0
10	Café nariñense (docena)	vaso 8 oz	Pieza	12	\$960	\$960	79	\$75.840

11	Dulce de chilacuan (docena)	platos	Pieza	12	\$960	\$2.280	19	\$43.320
		tenedores	Pieza	12	\$1.320			
TOTAL					\$10.140	\$10.140	669	\$537.060

**Tabla 21.** Costos indirectos de fabricación.

**Fuente:** Elaboración propia.

❖ Insumos

N°	INSUMO	COSTO MENSUAL
<b>1</b>	Arrendamiento	\$1.000.000
<b>2</b>	Servicio de agua	\$300.000
<b>3</b>	Servicio de luz	\$600.000
<b>4</b>	Servicio de gas	\$400.000
<b>5</b>	Servicio de teléfono	\$30.000
<b>6</b>	Servicio de internet	\$100.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$2.430.000</b>

**Tabla 22.** Costos de los insumos.

**Fuente:** Elaboración propia.

### 2.8.2 PLAN DE COMPRAS

Para realizar las compras de materiales directos, insumos se realiza la cotización a diferentes proveedores teniendo en cuenta aspectos relevantes tales como:

- Cercanía al establecimiento
- Calidad y confiabilidad del producto
- Precio
- Promoción
- Variedad de productos
- Disponibilidad de los productos

Requerimiento	Proveedores	Ubicación	Horarios
<b>Cerveza</b>	Bavaria S. A	En el establecimiento	establecidos
	Tiendas D1	Cra. 28 ##11-56, Pereira, Risaralda	Horario de cierre: 9:00 p.m.
	Tienda Ara	Cra. 29 ##14-64, Pereira, Risaralda	Horario de cierre: 9:00 p.m.
	Almacenes La 14	Cl. 19 #230, Pereira, Risaralda	Horario de cierre: 9:00 p.m.
<b>Carnes frías</b>	Olímpica	Cl 36 30 De agosto #10, Pereira, Risaralda	Horario de cierre: 9:00 p.m.

<b>Maíz</b>			
<b>Especias</b>			
<b>Harina</b>	Éxito	Cra. 10 #14 - 71, Pereira, Risaralda	Horario de cierre: 9:00 p.m.
<b>Pulpa de fruta</b>			
<b>Chorizo</b>	Rincón	Cra. 22 sur # 4-1,	Horario de cierre:
<b>sandoneño</b>	Sandoneño	Pasto, Nariño	8:00 p.m.
<b>Papa pastusa</b>	Plaza de mercado	Pasto	Horario de cierre:
<b>Añejo</b>	Potrerrillo		9:00 p.m.
<b>Bebida</b>			
<b>nariñense</b>			
<b>(Chapil)</b>			
<b>Requerimientos</b>	Plaza de mercado	#41- a, Cra. 10	Horario de cierre:
<b>varios para</b>	minorista	#41260, Pereira,	9:00 p.m.
<b>preparar platos.</b>		Risaralda	

**Tabla 23.** Plan de compras.

**Fuente:** Elaboración propia.

Se establecerán controles de calidad en términos de verificación de los controles y sellos establecidos por norma, del mismo modo, se realizará verificación de la fecha de

vencimiento de los productos, almacenamiento, control de temperatura y de la cadena de frío, estado de las etiquetas y el sellamiento; en general la observación visual del producto.

Cada uno de los proveedores tiene características diferenciadoras, entre ellas se destacan la calidad, los descuentos y promociones y la variedad de productos, otros presentan cercanía y fácil acceso y horarios amplios de atención. Estos establecimientos son legalmente constituidos y contribuidores de impuestos gubernamentales.

De igual manera se planea realizar acuerdos de negociación con los proveedores para obtener facilidades de pago y acceso a descuentos, especialmente con los proveedores o distribuidores de otras zonas del país. Los pedidos únicamente serán negociados por el administrador del lugar. Se autoriza la compra por cierto monto y determinado tiempo.

#### **4.1.4. EQUIPAMIENTO**

Dentro de este apartado se encuentran los muebles y enseres necesarios para amoblar las instalaciones de la empresa “Snack Bar Urkunina”, la cual desea contar con 6 mesas y una barra, disponibles para la clientela, que además de tener un precio cómodo sean de calidad y durabilidad. Es así, que en la siguiente tabla se encuentran tres cotizaciones para cada mueble y enser necesario.

<b>Nº</b>	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>1</b>	<b>Silla para barra</b>	Pieza	5	Homecenter	\$149.900	\$749.500

				Mercado libre	\$160.000	\$800.000
				Stylo & decoración integral	\$220.000	\$1.100.000
2	Sofás	Pieza	2	Homecenter	\$899.900	\$1.799.800
				Pullman	\$399.000	\$798.000
				Stylo & decoración integral	\$945.000	\$1.890.000
3	Puff	Pieza	5	Homecenter	\$62.900	\$314.500
				Mercado libre	\$32.000	\$160.000
				Stylo & decoración integral	\$280.000	\$1.400.000
4	Sillas madera	Pieza	14	Amazon.es	\$348.456	\$4.878.384
				Mercado libre	\$194.700	\$2.725.800
				Stylo & decoración integral	\$120.000	\$1.680.000
5	Mesas altas	Pieza	4	Stylo & decoración integral	\$420.000	\$1.680.000
6	Mesas bajas	Pieza	2	Stylo & decoración integral	\$280.000	\$560.000

<b>7</b>	<b>Mesa acero inoxidable</b>	Pieza	1	Mercado libre	\$680.000	\$680.000
<b>8</b>	<b>Barra 4 metros en forma de U</b>	Pieza	1	Stylo & decoración integral	\$2.700.000	\$2.700.000
<b>TOTAL</b>					<b>\$4.780.900</b>	<b>\$9.007.500</b>

*Tabla 24.* Costos de muebles y enseres.

**Fuente:** Elaboración propia.

<b>Nº</b>	<b>OBJETO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>1</b>	Plato grande	Pieza	30	\$7.000	\$210.000
<b>2</b>	Plato pequeño	Pieza	15	\$4.500	\$67.500
<b>3</b>	Vaso	Pieza	30	\$4.000	\$120.000
<b>4</b>	Jarra con tapa	Pieza	10	\$5.000	\$50.000
<b>5</b>	Olla presión industrial	Pieza	1	\$330.000	\$330.000
<b>6</b>	Caldero 10 litros	Pieza	1	\$32.000	\$32.000
<b>7</b>	Olla 5 litros	Pieza	2	\$25.000	\$50.000
<b>8</b>	Tenedores	Pieza	30	\$1.600	\$48.000
<b>9</b>	Cuchillos	Pieza	30	\$2.000	\$60.000
<b>10</b>	Cucharillas	Pieza	15	\$1.000	\$15.000
<b>11</b>	Caldero	Pieza	1	\$48.000	\$48.000



12	Cuchillo carne profesional	Pieza	1	\$18.000	\$18.000
13	Papelera baño	Pieza	2	\$15.000	\$30.000
14	Papelera oficina	Pieza	1	\$6.000	\$6.000
15	Vaso cervecero	Pieza	20	\$5.500	\$110.000
16	Vaso cartón 9 oz	Pieza	50	\$96	\$4.800
17	Plato desechable grande	Pieza	20	\$150	\$3.000
18	Plato desechable pequeño	Pieza	20	\$90	\$1.800
19	Tenedores	Pieza	100	\$32	\$3.200
20	Cuchillos	Pieza	100	\$32	\$3.200
21	Cucharillas	Pieza	100	\$19	\$1.900
22	Par de guantes desechables	Pieza	100	\$20	\$2.000
23	Plato postre	Pieza	20	\$60	\$1.200
24	Servilletas	Pieza	330	\$7	\$2.200
25	Copa media oz con tapa	Pieza	100	\$55	\$5.500
<b>TOTAL</b>				<b>\$505.161</b>	<b>\$1.223.300</b>

**Tabla 25.** Costos de elementos de la zona de bebidas y pasabocas.

**Fuente:** Elaboración propia.

### 2.8.3 TECNOLOGÍA

Se tiene en cuenta todos los equipos que garantizan que las instalaciones de la empresa sean adecuadas para la clientela y además agradables. Se requieren equipos idóneos que aumenten la eficiencia de los procesos y fomenten la buena realización de los mismos.

Dentro de la siguiente tabla se pueden observar los equipos tecnológicos necesarios para el proyecto empresarial “Snack Bar Urkunina”.

Nº	EQUIPO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL
1	AUDIO	Sistema de sonido completo LD System Dave 8 xs Black sistema multimedia 2.1 portátil y compacto con un potente subwoofer pasa banda de 8" y dos satélites	pieza	1	\$1.327.099	\$1.327.099
2	COMPUTO	PC Escritorio 4GB RAM, 1 Terabyte Disco (Ultima Generación.)	pieza	1	\$1.049.000	\$1.049.000

		Impresora térmica 58 mm	pieza	1	\$347.000	\$347.000
		Lector Código Barras con Base.	pieza	1		
		Cajón monedero metálico	pieza	1	\$134.000	\$134.000
		Regulador de Voltaje.	pieza	1	\$46.900	\$46.900
		Tablet	pieza	1	\$399.000	\$399.000
		Software aplicativo para pedidos, inventario, finanzas, etc	pieza	1	\$1.000.000	\$1.000.000
<b>3</b>	<b>VIDEO</b>	Kit 4 ámaras de vigilancia y Dvr 4 canales	pieza	1	\$369.000	\$369.000
		pantalla led interior 48" con player integrado	pieza	2	\$1.399.000	\$2.798.000
<b>4</b>	<b>ILUMINACIÓN</b>	bombillas 5000K°	pieza	4	\$43.854	\$175.414
		luces empotradas para la barra	pieza	4	\$44.900	\$179.600
		bombillas led ahorradoras de 12 voltios	pieza	12	\$3.000	\$36.000

<b>5</b>	<b>REFRIGERACIÓN</b>	Nevera industrial con unidad de alto rendimiento y sistema ahorrador	pieza	1	\$5.800.000	\$5.800.000
		Refrigerador bebidas mediano	pieza	1	\$1.754.700	\$1.754.700
<b>6</b>	<b>COCINA</b>	Licuada The Quiet One para bebidas	pieza	1	\$8.009.000	\$8.009.000
		Freidora industrial 12 litros Yescom comercial	pieza	1	\$669.000	\$669.000
		Pelapapas en acero inoxidable	pieza	2	\$8.700	\$17.400
		Bacula display led	pieza	1	\$83.900	\$83.900
		Azafates lisos	pieza	2	\$60.690	\$121.380
		Azafates Perforados	pieza	2	\$89.250	\$178.500
		Estufa a gas de 4 puestos	pieza	1	\$209.999	\$209.999
		Salamandra gratinadora	pieza	1	\$3.094.000	\$3.094.000
		Utensilios básicos de cocina	varios	-	\$700.000	\$700.000
		Baño de María	pieza	1	\$718.000	\$718.000

7	BARRA	Cafetera capuchinera express café latte Delonghi ec702	pieza	1	\$883.990	\$883.990
		Estación de bar y toppings	pieza	1	\$3.510.500	\$3.510.500
TOTAL					\$31.754.481	\$33.611.382

*Tabla 26.*Costos de tecnología.

**Fuente:** Elaboración propia.

#### 4.1.4. ELEMENTOS DE ASEO

Por la naturaleza del proyecto empresarial “Snack Bar Urkunina” se encuentra estrechamente ligado a la prestación de servicio alimentario y bebidas, se debe tener en cuenta que es necesario un buen proceso de higienización de las instalaciones y una correcta puesta en marcha del modelo de aseo diario en todos los procesos. Por tal razón, se ha realizado un apartado exclusivo para los elementos necesarios de aseo de la empresa y su debida cotización. Según Clim Profesional en un artículo publicado en su página web, “la limpieza de tu restaurante contribuirá sin duda al éxito de tu negocio así que no puedes escatimar en medios”. Es así que con base en este artículo llamado ¿Qué productos de limpieza necesito en mi restaurante? Se plasmará los requerimientos de elementos de aseo para la empresa.

N°	LUGAR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	COCINA	Bayetas y paños	pieza	10	\$1.212	\$12.122
		Piedra de limpieza	pieza	5	\$3.707	\$18.535
		Estropajos	pieza	40	\$628	\$25.133
		Desengrasante	litros	5	\$8.207	\$41.036
		Limpiador y desinfectante	litros	5	\$18.513	\$92.563
		Bolsas de basura	pieza	40	942	\$37.663
		Cubrezapatos desechable	pieza	100	\$1.144	\$114.397
		Bata desechable	pieza	50	\$3.185	\$159.252
		Delantal chef	pieza	1	\$81.900	\$81.900
		Gorro cocinero	Pieza	3	\$17.237	\$51.711
		Guantes desechables	Pieza	100	\$235	\$23.502
		Mascarilla desechable con cintas	Pieza	1000	\$177	\$176.860

2	MESAS Y	Bayetas y paños	Pieza	10	\$1.212	\$12.122
	COMEDOR	Limpiador	Litros	1	\$18.387	\$18.387
3	BAÑOS	Dispensador papel secamanos y 3 rollos	Varios	1	\$100.681	\$100.681
		Jabón dermatológico	Litros	5	\$7.066	\$35.328
		Limpiador clorado	Litros	5	\$5.242	\$26.208
		Bolsas de basura	Pieza	20	\$410	\$8.192
		Ambientador por goteo para wc	Pieza	1	\$25.393	\$25.393
4	OTROS	Escoba profesional	Pieza	3	\$6.592	\$19.776
		Recogedor basculante	pieza	1	\$46.523	\$46.523
		Detergente con ceras autobrilante	Litros	5	\$20.277	\$101.386
		Trapero algodón 190 gr	pieza	2	\$4.263	\$8.526

		Guantes menaje	pieza	2	\$1.297	\$2.595
		Mopa industrial	pieza	1	\$65.947	\$65.947
<b>TOTAL</b>					<b>\$440.375</b>	<b>\$1.305.737</b>

**Tabla 27.** Costos de los elementos de aseo.

**Fuente:** Elaboración propia con una investigación vía internet.

#### 4.1.5. COSTOS TOTALES

De lo anterior se puede resumir los costos de recursos materiales en la siguiente tabla:

CONCEPTO	TOTAL
Materia prima (1er mes)	\$2.612.685
CIF (1er mes)	\$537.060
Insumos (mensual)	\$2.430.000
Equipamiento	\$9.007.500
Elementos adicionales	\$1.223.300
Tecnología	\$33.611.382
Elementos de aseo	\$1.305.737
<b>TOTAL</b>	<b>\$50.727.664</b>

**Tabla 28.** Costos totales de los recursos materiales.

**Fuente:** Elaboración propia.



## 2.12. RECURSOS DE ADAPTACIÓN

Una vez se haya encontrado un lugar que cumpla con las especificaciones aquí plasmadas, para la puesta en marcha de la empresa “Snack Bar Urkunina” es necesario realizar adaptaciones al local comercial para que quede acorde a los requerimientos de la planta, dichas actividades se valorizan de la siguiente manera:

ACTIVIDADES	COSTO ESTIMADO
Campaña de expectativa para el mercado	\$100.000
Mantenimiento de las instalaciones, techo, electricidad y paredes	\$55.254
Instalación de puertas de madera baños	\$85.254
Pintura de paredes y techos	\$1.500.000
Instalación de estanterías	\$27.628
Instalación de cocina	\$180.000
instalación de sistema de ventilación y refrigeradores	\$50000
Instalación de equipo de iluminación	\$100.000
Instalación de equipo de audio y computo	\$50.000
Instalación de otros equipos	\$100.000
Instalación de decoración	\$100.000
Instalación de barra	\$100.000
Instalación de avisos, señalización, sistema de seguridad	\$300.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.748.136</b>

**Tabla 29.** Costos de adaptación del local comercial.

**Fuente:** Elaboración propia.

## **2.13. RECURSOS HUMANOS**

Todas las personas que trabajan en una empresa son consideradas parte de recursos humanos, los cuales llevan a alcanzar los objetivos de la empresa previamente establecidos. La mano de obra, el personal administrativo y el personal de ventas son fundamentales para que el proyecto “Snack Bar Urkunina” tenga el éxito que se desea lograr, es por ello que es necesario identificar la necesidad de personal y el costo de remunerar al mismo con el valor del sueldo básico teniendo en cuenta el horario especificado de cada puesto.

### **4.1.6. REQUERIMIENTO DE PERSONAL**

Para garantizar el funcionamiento de todos los procesos que conforman el plan de prestación de servicios de la empresa “Snack Bar Urkunina”, se plantean los siguientes cargos:

- Manipuladora de alimentos
- Asistente de cocina
- Mesero/a
- Bartender
- Repartidor
- Administrador
- Gerente

Es de resaltar que, los cargos de gerente y administrador serán conformados por las dueñas del negocio y tal como lo menciona Mónica Gómez en su tesis tiene las siguientes ventajas. Primeramente, como al frente del negocio están las dueñas, “se procurará ofrecer un mejor servicio a los clientes” dado que es de suma importancia la atención que se le suministra al

mercado. Además, “se tiene un mayor control de las operaciones y manejo del negocio” garantizando que los procesos sean acordes a su planificación y se realicen de manera eficaz y eficiente. También, “se pueden alternar las actividades y/o funciones” brindando un acompañamiento integral a la empresa.

<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SALARIO UNITARIO</b>	<b>SALARIO TOTAL</b>
<b>1</b>	Manipulador de alimentos	1	\$900.000	\$900.000
<b>2</b>	Asistente de cocina	1	\$826.116	\$826.116
<b>3</b>	Mesero/a	2	\$375.000	\$750.000
<b>4</b>	Bartender	2	\$400.000	\$800.000
<b>5</b>	Repartidor	1	\$200.000	\$200.000
<b>6</b>	Administrador	1	\$1.475.870	\$1.475.870
<b>7</b>	Gerente	1	\$2.187.335	\$2.187.335
<b>TOTAL</b>		<b>9</b>	<b>\$6.364.321</b>	<b>\$7.139.321</b>

*Tabla 30.*Requerimiento personal y sueldos.

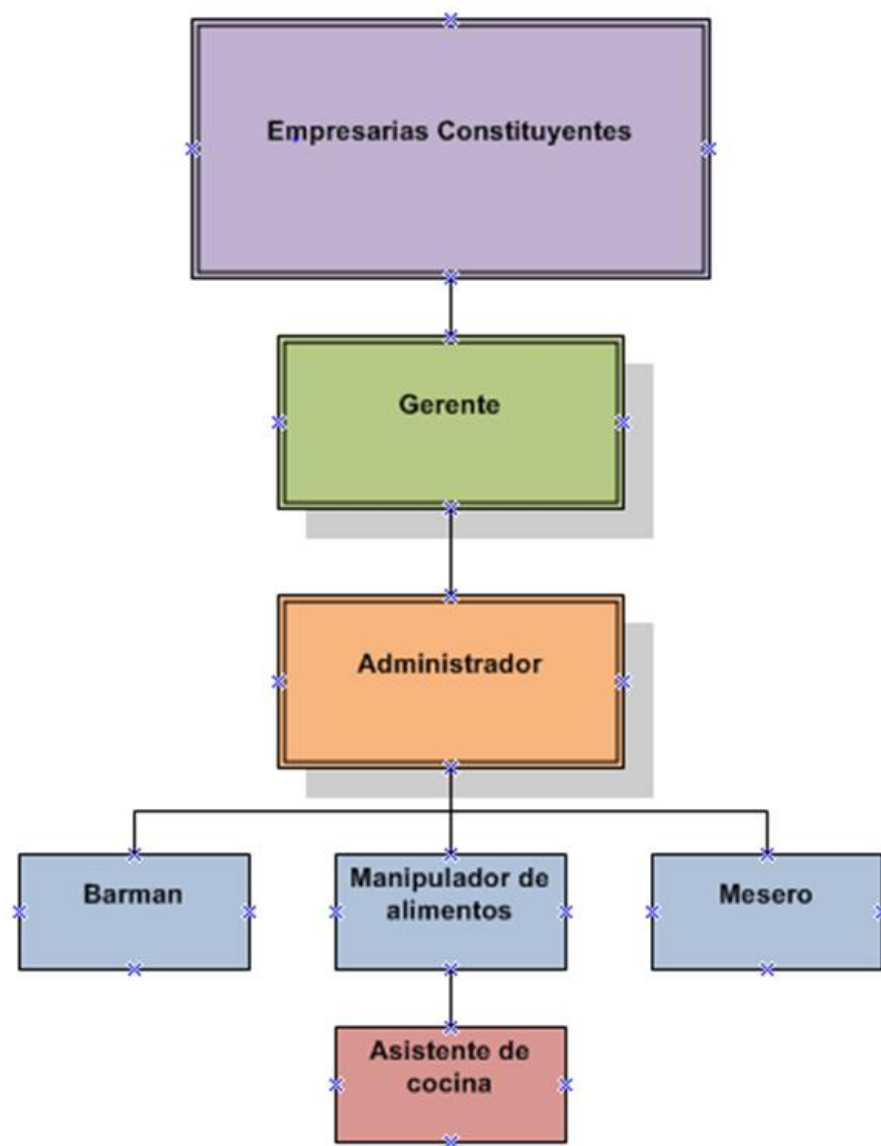
**Fuente:** Elaboración propia.

#### **4.1.7. ESPECIFICACIONES**

Para generar una remuneración al personal se establecen los horarios que cada cargo debe cumplir.

- El personal de la cocina es el primero en llegar a la empresa dado que tienen que realizar labores de higienización de las instalaciones de la cocina y preparar alimentos que requieran tiempo para su posterior consumo en los pedidos que realicen los clientes cuando la empresa abra sus puertas. Es así que, la manipuladora de alimentos y el/la asistente de cocina tienen un horario de 2:00 p.m. a 10:00 p.m. de lunes a sábado.
- El/la mesera, el/la bartender, cumplen el horario habitual de la empresa de 3:00 p.m. a 11:00 p.m. de lunes a viernes. Por tal razón, estos cargos pueden dividirse en dos jornadas que lo pueden cubrir dos personas (por cargo), es decir, un turno de 3:00 p.m. a 7:00 p.m. y el otro turno de 7:00 p.m. a 11:00 p.m. Lo anterior teniendo en cuenta que se desea generar empleo dentro de la comunidad estudiantil de la Universidad Tecnológica de Pereira y así quizás se facilite la adaptación de horario esté dentro de las capacidades cronológicas de los mismos.
- El/la repartidor/a cubrirá la demanda que se generará a partir de las 6:00 p.m. hasta las 10:00 p.m., es decir, media jornada laboral.
- La gerente y la administradora tienen una jornada laboral de las 3:00 p.m. a 11:00 p.m., pero al ser personal de confianza están sujetas a modificaciones y prolongaciones no remunerables.

#### 4.1.8. ORGANIGRAMA



**Imagen 21.** Organigrama empresa "Snack Bar Urkunina".

**Fuente:** Elaboración propia.

#### 4.1.9. MANUAL DE FUNCIONES Y PERFILES DE LOS CARGOS

La gestión de los recursos humanos garantiza que el funcionamiento de la empresa sea idóneo, es así que realizar un correcto instrumento normativo que regule las funciones de los empleados para el cumplimiento de los requisitos observados en el mercado potencial, es necesario dentro de la optimización de recursos. Además, realizar un perfil del cargo garantiza una adecuada contratación de personal dado que deben cumplir con cada una de las observaciones allí plasmadas siendo así esta herramienta de vital importancia para la empresa y el cumplimiento de sus objetivos financieros, sociales y económicos.

##### 4.1.9.1. MANUAL DE FUNCIONES

- Manipuladora de alimentos

MANUAL DE FUNCIONES OPERATIVAS SNACK BAR URKUNINA				VERSIÓN
				1
				AÑO
				2019
FECHA DE ELABORACIÓN		CARGO		JEFE INMEDIATO
DÍA	MES	CODIGO	TÍTULO	Administrador
2	6	1	Manipuladora de alimentos	
ÁREA		OBJETIVO		NIVEL DE MANDO



Producción	Preparar los productos alimenticios que oferta la empresa	Medio
<b>FUNCIONES</b>	<b>RESULTADO ESPERADO</b>	<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>
Higienizar las instalaciones de la cocina	Calidad	Diario
Dirigir y preparar la elaboración de los productos alimenticios	Satisfacción en la producción	Diario
Delegar funciones básicas al asistente de cocina	Eficiencia	Diario
Cerciorarse que las maquinarias estén debidamente apagadas a la hora de cerrar	Control	Diario
Garantizar el normal funcionamiento de la cocina	Control	Diario
<b>ELABORADO POR:</b>	Karen Caicedo M	
<b>AUTORIZADO POR:</b>		

**Tabla 31.** Manual de funciones manipuladora de alimentos.

**Fuente:** Elaboración propia.

- Asistente de cocina

<b>MANUAL DE FUNCIONES OPERATIVAS</b>  <b>SNACK BAR URKUNINA</b>				<b>VERSIÓN</b>
				<b>1</b>
				<b>AÑO</b>
				<b>2019</b>
<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>		<b>TÍTULO DEL CARGO</b>		<b>JEFE INMEDIATO</b>
<b>DÍA</b>	<b>MES</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>TÍTULO</b>	Manipulador de alimentos
2	6	2	Asistente de cocina	
<b>ÁREA</b>		<b>OBJETIVO</b>		<b>NIVEL DE MANDO</b>
Producción		Asistir la preparación de los productos alimenticios que oferta la empresa		Bajo
<b>FUNCIONES</b>		<b>RESULTADO ESPERADO</b>		<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>
Higienizar las instalaciones de la cocina		Calidad		Diario
Facilitar la materia prima para la elaboración de los productos alimenticios		Eficacia		Diario





Lavar y asear los utensilios y maquinarias de la cocina	Eficiencia	Diario
Informar sobre la existencia de un pedido nuevo a través del software y entregarlo para ser servido	Eficiencia	Diario
Informar sobre el estado de los inventarios de la materia prima e insumos	Satisfacción en la producción – control	semanal
<b>ELABORADO POR:</b>	Karen Caicedo M	
<b>AUTORIZADO POR:</b>		

*Tabla 32.* Manual de funciones asistente de cocina.

**Fuente:** Elaboración propia.

▪ Mesero/a

MANUAL DE FUNCIONES OPERATIVAS  SNACK BAR URKUNINA				VERSIÓN	
				1	
				AÑO	
				2019	
FECHA DE ELABORACIÓN		TÍTULO DEL CARGO			JEFE INMEDIATO
DÍA	MES	CÓDIGO	TÍTULO		Administrador
2	6	3	Mesero		
ÁREA			OBJETIVO		NIVEL DE MANDO
Ventas			Tomar y servir los pedidos realizados por los clientes		Bajo
FUNCIONES			RESULTADO ESPERADO		TIEMPO DE EJECUCIÓN
Higienizar, limpiar y asear las instalaciones y el equipamiento de la zona de comidas y baños			Calidad		Diario
Dar una calurosa bienvenida a los clientes y estar atento a sus requerimientos durante la estadía			Calidad		Diario


Tomar pedido y enviarlo a cocina y/o bar a través del software inmediatamente	Eficiencia	Diario
Tener comunicación asertiva, cordial y calurosa con los clientes	Calidad	Diario
Checkear y servir los productos suministrados por cocina y solicitados por los clientes	Calidad - Eficiencia	Diario
<b>ELABORADO POR:</b>	Karen Caicedo M	
<b>AUTORIZADO POR:</b>		

**Tabla 33.** Manual de funciones mesero/a.

**Fuente:** Elaboración propia.

▪ Bartender

MANUAL DE FUNCIONES OPERATIVAS SNACK BAR URKUNINA				VERSIÓN
				1
				AÑO
				2019



FECHA DE ELABORACIÓN		TÍTULO DEL CARGO		JEFE INMEDIATO
DÍA	MES	CÓDIGO	TÍTULO	Administrador
2	6	4	Bartender	
ÁREA		OBJETIVO		NIVEL DE MANDO
Ventas		Preparar y servir las bebidas solicitadas por los clientes		Bajo
FUNCIONES		RESULTADO ESPERADO		TIEMPO DE EJECUCIÓN
Higienizar, limpiar y asear las instalaciones y el equipamiento del bar		Calidad		Diario
Dar una calurosa bienvenida a los clientes al bar y estar atento a sus requerimientos durante la estadía		Calidad		Diario

Tomar y recibir pedido a través del software	Eficiencia	Diario
Preparar y servir bebidas eficientemente e informar a través del software sobre bebidas listas para las mesas	Eficiencia	Diario
Tener comunicación asertiva, cordial y calurosa con los clientes	Calidad	Diario
Informar sobre el estado de los inventarios de la materia prima e insumos	Satisfacción en la producción - control	Semanal
<b>ELABORADO POR:</b>	Karen Caicedo M	
<b>AUTORIZADO POR:</b>		

**Tabla 34.** Manual de funciones bartender.

**Fuente:** Elaboración propia.

- Repartidor/a

MANUAL DE FUNCIONES OPERATIVAS SNACK BAR URKUNINA				VERSIÓN
				1
				AÑO
				2019
FECHA DE ELABORACIÓN		TÍTULO DEL CARGO		JEFE INMEDIATO
DÍA	MES	CÓDIGO	TÍTULO	Administrador
2	6	5	Repartidor/a	
ÁREA		OBJETIVO		NIVEL DE MANDO
Ventas		Entregar los pedidos realizados por los clientes en sus domicilios y/o lugares de ubicación		Bajo
FUNCIONES		RESULTADO ESPERADO		TIEMPO DE EJECUCIÓN
Estar pendiente de los pedidos realizados para domicilio		Eficacia		Diario
Recibir y conducir los productos solicitados por los clientes hacia su domicilio y/o lugares de ubicación		Eficiencia		Diario



Garantizar la perfecta llegada de los pedidos con los productos solicitados	Calidad	Diario
Garantizar la llegada dentro de los tiempos estipulados dentro de las políticas de la empresa para "domicilios"	Eficiencia – calidad	Diario
Tener comunicación asertiva, cordial y calurosa con los clientes	Calidad	Diario
<b>ELABORADO POR:</b>	Karen Caicedo M	
<b>AUTORIZADO POR:</b>		

**Tabla 35.** Manual de funciones repartidor/a.

**Fuente:** Elaboración propia.

- Administrador/a

MANUAL DE FUNCIONES OPERATIVAS  SNACK BAR URKUNINA				VERSIÓN	
				1	
				AÑO	
				2019	
FECHA DE ELABORACIÓN		TÍTULO DEL CARGO			JEFE INMEDIATO
DÍA	MES	CÓDIGO	TÍTULO		Gerente
2	6	6	Administrador/a		
ÁREA			OBJETIVO		NIVEL DE MANDO
Administrativo			Supervisar la venta de productos, la adecuada organización de las instalaciones y el cumplimiento de las obligaciones de sus colaboradores, garantizando un excelente servicio al cliente.		Alto
FUNCIONES			RESULTADO ESPERADO		TIEMPO DE EJECUCIÓN
Supervisar la preparación, distribución y venta de los productos			Calidad		Diario



Supervisar el aseo, organización y funcionamiento de las instalaciones	Calidad	Diario
Supervisar el cumplimiento de las funciones de los demás empleados	Calidad	Diario
Apoyar a los demás empleados	Calidad	Diario
Recibir el pago del consumo de los clientes	Eficiencia	Diario
Lograr el cumplimiento de las proyecciones de ventas	Eficacia	Mensual
Realizar arqueo de caja, balances pagos a proveedores y contabilidad básica	Control	Diario
Manejar las relaciones con proveedores y garantizar la calidad de inventarios	Control	Diario
Verificar que los procesos de higienización, limpieza y aseo se realicen adecuadamente	Control	Diario


Garantizar la seguridad industrial de los empleados	Control	Diario
Generar soluciones para dificultades presentadas y optimizar los recursos disponibles	Control	Según requiera
<b>ELABORADO POR:</b>	Karen Caicedo M	
<b>AUTORIZADO POR:</b>		

**Tabla 36.** Manual de funciones administrador/a.

**Fuente:** Elaboración propia.

▪ Gerente

MANUAL DE FUNCIONES OPERATIVAS SNACK BAR URKUNINA				VERSIÓN
				1
				AÑO
				2019



FECHA DE ELABORACIÓN		TÍTULO DEL CARGO		JEFE INMEDIATO
DÍA	MES	CÓDIGO	TÍTULO	-
2	6	7	Gerente	
ÁREA		OBJETIVO		NIVEL DE MANDO
Administrativo		Planificar, dirigir, organizar, controlar y evaluar la operatividad de la empresa		Alto
FUNCIONES		RESULTADO ESPERADO		TIEMPO DE EJECUCIÓN
Garantizar la satisfacción del cliente y buen servicio		Calidad		Diario
Garantizar rentabilidad y eficiencia		Rentabilidad		Diario

Establecer estándares para el desempeño del personal y la atención al cliente	Eficiencia – calidad	Diario
Realizar seguimiento a las labores de los empleados	Eficiencia – calidad	Diario
Estimar los costos de los alimentos y bebidas	Control - rentabilidad	Mensual
Desarrollar estrategias de mercadeo, implementar campañas publicitarias, y planificar eventos	Aumentar interés del mercado objetivo	Mensual
Establecer una red de proveedores rentable y eficiente	Control	Mensual
Velar por el cumplimiento de la legislación sanitaria y de manipulación de alimentos, además de las políticas establecidas por la empresa	Control	Según requiera
<b>ELABORADO POR:</b>	Karen Caicedo M	
<b>AUTORIZADO POR:</b>		

**Tabla 37.** Manual de funciones gerente

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.1.9.2. PERFILES DE LOS CARGOS

- Manipuladora de alimentos

<b>PERFIL DE CARGO</b> <b>SNACK BAR URKUNINA</b>					
EDUCACIÓN		EXPERIENCIA	HABILIDADES ESPECÍFICAS	CARACTERÍSTICAS EXTRA	
Técnica		2 años	Culinaria y procesamiento de alimentos	VEHICULO	SI
					NO
				TIPO	
IDIOMAS		CUALIDADES PERSONALES	DESPLAZAMIENTO	RANGO DE EDAD	
LENGUAJE	NIVEL	Organizada, eficaz, eficiente	No	30-55 años	
N.A	-				



COMPETENCIAS				CONOCIMIENTOS			
	BAJO	MEDIO	ALTO	ESPECIFICOS	BAJO	MEDIO	ALTO
Trabajar bajo presión			X	Utilización de maquinaria industrial			X
Capacidad para dirigir la cocina			X	Emplatar			X
				Gastronomía nariñense			X
				Higiene industrial			X
REQUIERE ENTRENAMIENTO EN:	RESPONSABLE		TIEMPO	REQUIERE FORMACIÓN EN:	RESPONSABLE		
Elaboración precisa de los productos			1 semana	Manipulación de alimentos	-		
ELABORADO POR:	Karen Caicedo M						
AUTORIZADO POR:							

**Tabla 38.** Perfil de cargo manipuladora de alimentos.

**Fuente:** Elaboración propia.

- Asistente de cocina

<b>PERFIL DE CARGO</b> <b>SNACK BAR URKUNINA</b>						
EDUCACIÓN		EXPERIENCIA	HABILIDADES ESPECÍFICAS	CARACTERÍSTICAS EXTRA		
Bachiller		No	Seguir instrucciones y tener voluntad	VEHICULO	SI	NO
						X
				TIPO	AUTO	MOTO
IDIOMAS		CUALIDADES PERSONALES	DESPLAZAMIENTO	RANGO DE EDAD		
LENGUAJE	NIVEL	Organizada, eficaz, eficiente, cuidadoso	No	20-40 años		
N.A	-					



COMPETENCIAS	CONOCIMIENTOS			ESPECIFICOS	CONOCIMIENTOS		
	BAJO	MEDIO	ALTO		BAJO	MEDIO	ALTO
Trabajar bajo presión			X	Utilización de maquinaria industrial			X
Capacidad para seguir instrucciones			X	Higiene industrial			X
Comunicación		X		inventarios		X	
				Lavar y asear utensilios de cocina			X
REQUIERE ENTRENAMIENTO EN:	RESPONSABLE		TIEMPO	REQUIERE FORMACIÓN EN:	RESPONSABLE		
Inventarios	Karen Caicedo M		1 semana	Manipulación de alimentos	-		
Software de la empresa	Angela Estupiñan M		1 semana		-		
ELABORADO POR:	Karen Caicedo M						
AUTORIZADO POR:							

**Tabla 39.** Perfil de cargo asistente de cocina.

**Fuente:** Elaboración propia.



- Mesero/a

<b>PERFIL DE CARGO</b> <b>SNACK BAR URKUNINA</b>						
EDUCACIÓN		EXPERIENCIA	HABILIDADES ESPECÍFICAS	CARACTERÍSTICAS EXTRA		
Estudiante universitario		No	Atención al cliente, amabilidad	VEHICULO	SI	NO
						X
				TIPO	AUTO	MOTO
IDIOMAS		CUALIDADES PERSONALES	DESPLAZAMIENTO	RANGO DE EDAD		
LENGUAJE	NIVEL	Carismático, amable, sociable,  eficaz	No	20-30 años		
N.A	-					




COMPETENCIAS	BAJO	MEDIO	ALTO	CONOCIMIENTOS	BAJO	MEDIO	ALTO
				ESPECIFICOS			
Trabajar bajo presión			X	Higiene industrial			X
Desplazamiento con bandejas			X	Atención al cliente			X
Comunicación			X	Restaurantes			X
Atención al cliente			X				
REQUIERE ENTRENAMIENTO EN:	RESPONSABLE		TIEMPO	REQUIERE FORMACIÓN EN:	RESPONSABLE		
Productos ofertados	Karen Caicedo M			1 semana	Manipulación de alimentos	-	
Software de la empresa	Angela Estupiñan M		1 semana		-		
ELABORADO POR:	Karen Caicedo M						
AUTORIZADO POR:							

**Tabla 40.** Perfil de cargo mesero/a.

**Fuente:** Elaboración propia.

▪ Bartender

PERFIL DE CARGO						
EDUCACIÓN		EXPERIENCIA	HABILIDADES ESPECÍFICAS	CARACTERÍSTICAS EXTRA		
Estudiante universitario  estudios previos bartender		2 años	Atención al cliente, amabilidad,  manipulación de bebidas	VEHICULO	SI	NO
						X
				TIPO	AUTO	MOTO
IDIOMAS		CUALIDADES PERSONALES	DESPLAZAMIENTO	RANGO DE EDAD		
LENGUAJE	NIVEL		No	20-40 años		




N.A	-	Carismático, amable, sociable, eficaz						
COMPETENCIAS		BAJO	MEDIO	ALTO	CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS	BAJO	MEDIO	ALTO
Trabajar bajo presión				X	Higiene industrial			X
Comunicación				X	Atención al cliente			X
Atención al cliente				X	Bares y bebidas			X
					Inventarios		X	
REQUIERE ENTRENAMIENTO EN:		RESPONSABLE		TIEMPO	REQUIERE FORMACIÓN EN:	RESPONSABLE		
Productos ofertados		Karen Caicedo M		1 semana	Manipulación de bebidas	-		
Software de la empresa		Angela Estupiñan M		1 semana		-		
ELABORADO POR:		Karen Caicedo M						
AUTORIZADO POR:								

**Tabla 41.** Perfil de cargo bartender.

**Fuente:** Elaboración propia.

- Repartidor/a

PERFIL DE CARGO						
SNACK BAR URKUNINA						
EDUCACIÓN	EXPERIENCIA	HABILIDADES ESPECÍFICAS	CARACTERÍSTICAS EXTRA			
Estudiante universitario	No	Atención al cliente, amabilidad, conducción	VEHICULO	SI	NO	
				X		
			TIPO	AUTO	MOTO	
					X	



IDIOMAS		CUALIDADES PERSONALES			DESPLAZAMIENTO	RANGO DE EDAD		
LENGUAJE	NIVEL	Amable, sociable, eficaz, eficiente, honesto, responsable			Si	20-40 años		
N.A	-							
COMPETENCIAS		BAJO	MEDIO	ALTO	CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS	BAJO	MEDIO	ALTO
Trabajar bajo presión				X	Mecánica básica motocicleta			X
Comunicación				X	Atención al cliente			X
Atención al cliente				X	Ubicación			X
Conducción				X				
REQUIERE ENTRENAMIENTO EN:		RESPONSABLE		TIEMPO	REQUIERE FORMACIÓN EN:	RESPONSABLE		
Productos ofertados		Karen Caicedo M		1 semana		-		
Políticas de la empresa		Angela Estupiñan M		1 semana		-		
ELABORADO POR:		Karen Caicedo M						
AUTORIZADO POR:								

**Tabla 42.** Perfil de cargo repartidor/a.

**Fuente:** Elaboración propia.

- Administrador/a

<b>PERFIL DE CARGO</b> <b>SNACK BAR URKUNINA</b>						
EDUCACIÓN		EXPERIENCIA	HABILIDADES ESPECÍFICAS	CARACTERÍSTICAS EXTRA		
Ingeniero industrial - Administrador de empresas		No	Dirigir, relaciones personales	VEHICULO	SI	NO
						X
				TIPO	AUTO	MOTO
IDIOMAS		CUALIDADES PERSONALES	DESPLAZAMIENTO	RANGO DE EDAD		
LENGUAJE	NIVEL	Amable, responsable, organizado	No	20-40 años		



Inglés	Medio							
COMPETENCIAS		BAJO	MEDIO	ALTO	CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS	BAJO	MEDIO	ALTO
Dirigir personal				X	Finanzas			X
Comunicación				X	Administración			X
Finanzas				X	Recursos humanos			X
Administrar empresas				X				
REQUIERE ENTRENAMIENTO EN:		RESPONSABLE		TIEMPO	REQUIERE FORMACIÓN EN:	RESPONSABLE		
Productos ofertados		Karen Caicedo M		1 semana		-		
Políticas de la empresa		Angela Estupiñan M		1 semana		-		
ELABORADO POR:		Karen Caicedo M						
AUTORIZADO POR:								

**Tabla 43.** Perfil de cargo administrador/a.

**Fuente:** Elaboración propia.



- Gerente

<b>PERFIL DE CARGO</b> <b>SNACK BAR URKUNINA</b>						
EDUCACIÓN		EXPERIENCIA	HABILIDADES ESPECÍFICAS	CARACTERÍSTICAS EXTRA		
Ingeniero industrial - Administrador de empresas		No	Dirigir, conexiones empresariales	VEHICULO	SI	NO
						X
				TIPO	AUTO	MOTO
IDIOMAS		CUALIDADES PERSONALES	DESPLAZAMIENTO	RANGO DE EDAD		
LENGUAJE	NIVEL	Amable, responsable, organizado, eficaz	No	20-40 años		
Inglés	Medio					



COMPETENCIAS	BAJO	MEDIO	ALTO	CONOCIMIENTOS	BAJO	MEDIO	ALTO
				ESPECIFICOS			
Ingeniería de procesos			X	Finanzas			X
Ingeniería económica			X	Administración		X	
Comunicación			X	Mercadeo		X	
Relaciones empresariales			X	Normas y leyes			X
Utilización de software		X		Estándares			X
Optimización			X				
REQUIERE ENTRENAMIENTO	RESPONSABLE		TIEMPO	REQUIERE FORMACIÓN	RESPONSABLE		
EN:				EN:			
Productos ofertados	Karen Caicedo M		1 semana		-		
Políticas de la empresa	Angela Estupiñan M		1 semana		-		
ELABORADO POR:	Karen Caicedo M						
AUTORIZADO POR:							

**Tabla 44.** Perfil de cargo gerente.

**Fuente:** Elaboración propi

## **2.14. RECURSOS FINANCIEROS**

Tal como lo refiere Mónica Gómez en su tesis, “los recursos financieros para un proyecto de inversión son los recursos monetarios útiles para solventar los requerimientos del monto total de inversión necesario para llevar a cabo su realización”, es así que el financiamiento del plan de negocios de la empresa “Snack Bar Urkunina” está dividido en dos y hasta tres partes. La primera, es el capital aportado por las socias del proyecto empresarial. El segundo es buscar financiamiento a través de programas públicos y privados para emprendedores. El tercero, existe si y sólo si la inversión no ha sido solventada por las dos partes anteriores, por tal razón se debe buscar financiamiento a través de préstamos bancarios.

Cabe resaltar que dentro de los programas de financiación a proyectos de emprendimiento en Colombia está Fondo Emprender que según su página web oficial es “un fondo de capital semilla creado por el Gobierno Nacional” y que tiene como objetivo “financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales que su formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones que para los efectos legales, sean reconocidas por el Estado”. Este fondo es importante ya que evalúa y asigna recursos para los planes de negocios y además, brinda un acompañamiento en la ejecución y puesta en marcha de la empresa; también apoya en la identificación de otras fuentes de financiación.

## 2.15. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN

Para la implementación del lugar se tendrá en cuenta las siguientes actividades a realizar:

*Cronograma de actividades previas para instalar el negocio*

ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7
Campaña de expectativa para el mercado							
Recibimiento del local							
Mantenimiento de las instalaciones, techo, electricidad y paredes							
Instalación de puertas de madera baños							
Pintura de paredes y techos							
Instalación de estanterías							
Instalación de cocina							
Instalación de sistema de ventilacion y refrigeradores							
Instalación de equipo de iluminación							
Instalación de equipo de audio y computo							
Instalación de otros equipos							
Instalación de decoración							
Instalación de barra							

Instalación de avisos, señalización, sistema de seguridad							
Compra de materia prima e insumos							
Surtimiento en neveras y estanterías							

**Tabla 45.** Cronograma de actividades puesta en marcha de la empresa “Snack Bar Urkunina”.

**Fuente:** Elaboración propia.

## 5. ANALISIS ADMINISTRATIVO

### 2.16. MISIÓN

Brindar a nuestra clientela productos gastronómicos Nariñenses y/o bebidas naturales ó alcohólicas exclusivas, que mediante sus contexturas y sabores diferenciadores garanticen satisfacer las necesidades del mercado y sobrepasar las expectativas del cliente, para atraer cada vez más personas a nuestras instalaciones.

### 2.17. VISIÓN

Posicionarse en el mercado potencial como una empresa que brinda productos gastronómicos con gran sabor y de excelente calidad, para formar parte de los mejores restaurantes/bares de la zona.

## 2.18. VALORES CORPORATIVOS

- ❖ Responsabilidad: A la hora de cumplir todos nuestros procesos al igual que la prestación del servicio se realizará de manera responsable, así como en los procesos de conservación e higienización de nuestras instalaciones.
- ❖ Compromiso: La empresa se compromete a satisfacer las necesidades de nuestros clientes externos e internos.
- ❖ Esfuerzo y dedicación: Diariamente se propenderá garantizar una excelente atención y brindar productos de calidad.
- ❖ Servicio: Brindar una experiencia única al cliente potencial, que garantice la satisfacción del mismo dentro de las instalaciones.

## 2.19. PRINCIPIOS

- ❖ Trabajo En Equipo: cada uno de los miembros debe tener la habilidad de trabajar en equipo, es decir agrupar conocimientos, experiencias y esfuerzos, siempre dando lo mejor de cada uno y desempeñando adecuadamente su rol y/o responsabilidad en pro de alcanzar una meta en común.
- ❖ Amabilidad y Atención al cliente: el personal de “Snack Bar Urkunina” tiene un alto sentido de servicio frente a los clientes tanto internos como externos, buscando satisfacer sus necesidades y construir buenas relaciones a largo plazo.
- ❖ Apoyo a los empleados, motivación y formación: “Snack Bar Urkunina” defiende el apoyo a la formación y desarrollo continuo de sus trabajadores, es por ello que facilita

horarios de trabajo en turnos rotativos especialmente para estudiantes universitarios y facilidades de crédito para los mismos; con la finalidad de potenciar la empleabilidad para jóvenes y la igualdad de oportunidades, también promueve un entorno de trabajo seguro y buen clima laboral.

## **2.20. ESTRATEGIA CORPORATIVA**

La empresa “Snack Bar Urkunina” desea prestar un servicio de alta calidad, ofreciendo sus productos únicos y diferentes en el mercado, brindando a toda su clientela no sólo sabor y calidad, sino una experiencia memorable en un ambiente tanto familiar como social, alegre, seguro y de confianza, donde todos puedan degustar el buen sabor y la excelente atención al cliente.

### **5.1.1. Políticas de personal y gestión**

Para snack bar Urkunina la atención al cliente es prioridad, por ello se pretende contratar personal con alto sentido de trabajo en equipo, liderazgo y atención al cliente, puesto que se busca cumplir con la excelencia en la atención y la calidad del servicio.

La empresa busca crear un grupo de trabajo unido y colaborador, serán el recurso más importante de la empresa puesto que serán los colaboradores en el cumplimiento de objetivos empresariales como la competitividad y la estabilidad en el mercado de la empresa

Es por ello, que la empresa se alinea con las siguientes premisas:

- ❖ Asegurar a los clientes, que el personal contratado tiene altos niveles de capacitación y con ello un sentido ético, con valores destacados como la honestidad, el respeto, y la amabilidad
- ❖ Brindar incentivos y bonificaciones, para estimular el desempeño sobresaliente de los empleados, basados en resultados de actividad o gestión
- ❖ Optimizar el trabajo de los empleados a través de la adquisición de nueva tecnología, que permita desempeñar de forma eficiente su trabajo
- ❖ Elevar la calidad del personal, mediante el apoyo a sus carreras universitarias con horarios flexibles o créditos estudiantiles.
- ❖ Crear un sistema de talento humano para hacer planeación, ejecución y seguimiento a actividades relacionadas al personal.

### **5.1.2. Políticas de reclutamiento y selección de personal**

Para garantizar que la empresa tenga el personal idóneo en sus cargos y así brindar un excelente servicio al cliente potencial, se debe realizar políticas de reclutamiento y selección de personal que, según JobSolutions “son importantes para la optimización en el desempeño del recurso humano en la empresa” siendo “el objetivo primordial de estas políticas es la estandarización en los procesos de Reclutamiento, Selección y Contratación para conseguir una mejora en los controles administrativos”. Además, cabe resaltar que “ayudan a decrementar la rotación de personal de manera continua”, brindándole un beneficio claro a la



empresa en la disminución de costos, que por ejemplo podrían ser los de capacitación del personal.

Algunas políticas para la empresa “Snack Bar Urkunina” son:

- ❖ Igualdad de oportunidades a la hora de postulación y elección del personal para un cargo.
- ❖ Se garantiza al personal que se le remunerará según sus capacidades y dentro de los rangos que se estipulan en las bolsas de trabajo por cada cargo.
- ❖ Constante actualización de la documentación que expresa las funciones y requerimientos por cada cargo.
- ❖ Apoyar procesos de crecimiento personal y académico de cada empleado.
- ❖ Transparencia en la contratación, liquidación de nómina, y otros trámites.

## **2.21. ESTRUCTURA LEGAL**

- Snack bar Urkunina debe garantizar que cumple con los requisitos legales que la ley impone.
- Se debe estipular control de calidad en los procesos para ofrecer excelencia y calidad en el servicio.
- Se desea consolidar una sociedad limitada, con dos inversionistas mayoritarios y dueños intelectuales de la idea de negocio.

### **5.1.3. Pasos para la creación de una empresa**

- ❖ Consultar Código CIIU (Clasificación por Actividad Económica).
- ❖ Consultar el uso de suelo en el Departamento administrativo de Planeación Distrital.
- ❖ Tramitar ante la DIAN de acuerdo con la normatividad tributaria de la DIAN, a partir del 1 de febrero de 2005 para matricularse en el Registro mercantil de la Cámara de Comercio de Pereira, deberá inscribirse previamente en el Registro Único Tributario - RUT, a través de la página web.
- ❖ El representante legal debe firmar el RUT, para posteriormente constituir la sociedad mediante un documento.
- ❖ Presentar documentos completos en la Cámara de Comercio de Pereira, los formularios deben ser reconocidos ante notaria de contenido y firma.
- ❖ Cancelar los derechos de matrícula en la Cámara de Comercio de Pereira y elaborarla escritura pública que lo consolida como constitución.

### **5.1.4. Políticas sectoriales del gobierno**

- ❖ (Norma técnica NTC Colombiana 947-1,2012). “Por medio de la cual se establecen los requisitos relacionados con la infraestructura básica que deben tener los establecimientos de la industria gastronómica en áreas de servicio al cliente, áreas de producción y áreas de servicios generales.” (Pag1)

- ❖ (Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 008,2018). “Por medio de la cual se establecen los requisitos de servicio e infraestructura que permiten categorizar por tenedores para restaurantes con servicio a la mesa”
- ❖ (Constitución Política Colombiana, Art 61, 1191). “El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley” (pág. 28). Se deben pagar los derechos correspondientes a la Organización Sayco & Acinpro (OSA).
- ❖ (Ley 9,1979) de la protección del medio ambiente. “Por la cual se reglamenta la protección de medio ambiente, aspectos relacionados con el suministro de agua, lo concerniente a salud ocupacional, y objetivos específicos como el literal V Alimentos, en el que se reglamenta normas para establecimientos industriales y comerciales que realicen actividades concernientes a alimentos” ( Pag 30)
- ❖ (Resolución 2674 ,2013). “Establece que los alimentos que se fabriquen envasen o importen para su comercialización en el territorio nacional, requerirán de notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, según el riesgo de estos productos en salud pública, de conformidad con la reglamentación que expida el Ministerio de Salud y Protección Social”
- ❖ (Norma Técnica NTS-USNA Sectorial Colombiana 007, 2005). “Establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir en los establecimientos de la industria gastronómica, para garantizar la inocuidad de los alimentos, durante la recepción de materia prima, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización y servicio, con el fin de proteger la salud del consumidor”

- ❖ (Ley 232, 1995). “Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de establecimientos comerciales”
- ❖ (Decreto 462, 1990). “por el cual se reglamenta el trámite para la expedición de licencias de funcionamiento de los establecimientos comerciales”

#### 5.1.5. Otras normatividades

- ❖ (Decreto 840, 2017) “que controla los horarios de los establecimientos públicos en los que se desarrollan actividades económicas, además de regular el uso conforme del suelo y la contaminación auditiva, por lo tanto, según la clasificación estipulada”.

Bar - taberna - discoteca - wiskeria – cantina- billares.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ domingo a jueves de 10:00 am a 2:00 am</li> <li>○ viernes, sábado y domingo (si el lunes es festivo) de 10:00 am a 3:00 am del siguiente día.</li> </ul>
--	---

**Tabla 46.** Horarios de establecimientos públicos.

**Fuente:** Internet.

- ❖ (Código Nacional de Policía de Colombia, 2019)

“Comportamientos que afectan la convivencia en los establecimientos educativos relacionados con consumo de sustancias:

- Consumir bebidas alcohólicas, sustancias psicoactivas en el espacio público o lugares abiertos al público ubicados dentro del área circundante a la institución o centro educativo de conformidad con el perímetro establecido
- Tener, almacenar, facilitar, distribuir, o expender bebidas alcohólicas, sustancias prohibidas en el espacio público o lugares abiertos al público dentro del perímetro circundante de conformidad con lo establecido” (art.84)

### **CAPÍTULO III**

#### **6. ESTUDIO FINANCIERO**

En el siguiente capítulo se presenta el estudio financiero, el cual tiene por objetivo cuantificar la idea del plan de negocio en valores e indicadores para realizar o no la inversión en el proyecto. Se realizan cálculos financieros para ayudar a tomar decisiones asertivas basadas en cifras reales, que permiten determinar la viabilidad financiera del proyecto, para evitar pérdidas monetarias.

Con base en la información recopilada en los estudios anteriores, mercados y técnico, a continuación, se realiza el tercer y último estudio para determinar la viabilidad del plan de negocios “Snack Bar Urkunina”. El inicio del estudio es con la premisa que la proyección de la demanda se realizó fundamentada en los resultados de la aplicación de la encuesta al mercado potencial dado que, la empresa y los productos aún no están materializados, por lo tanto, no se puede realizar bajo históricos de ventas.

Es así que, la información monetaria adquirida y las políticas establecidas para la empresa conllevaran a obtener los estados financieros que revelaran la viabilidad económica y financiera del plan de negocio para el año de realización de la inversión y los tres años siguientes a la misma, por tal razón cabe señalar de que el estudio se realizó con periodos anuales.

## **2.22. OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio financiero para determinar estados contables, financieros e indicadores de evaluación económica para determinar la viabilidad económica del proyecto empresarial “Snack bar Urkunina”

## **2.23. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar la inversión inicial requerida.
- Determinar los Costos fijos, costos variables y costo del producto manufacturado y vendido.
- Determinar Flujo de caja y Balance General.
- Determinar el valor presente neto del proyecto y la tasa mínima de rentabilidad

## **2.24. POLÍTICAS RELEVANTES**

Para el estudio financiero se tuvieron en cuenta en todo el proceso las siguientes políticas:

- ✓ La empresa debe finalizar los periodos con un inventario final de producto terminado de cero (0) días de ventas, dado que al ser una empresa alimenticia se preparan los productos para el consumo inmediato.
- ✓ La empresa debe finalizar los periodos con un inventario final de materia prima de quince (15) días de producción, garantizando así que se tenga una base fuerte para continuar la producción contemplando cualquier tipo de riesgo en la adquisición de la materia prima.

Cabe resaltar que dos productos de materia prima (arepas, lechuga) varían este tiempo establecido por sus características individuales.

- ✓ Se contempló un IPC del 3,76% para el segundo año de funcionamiento y otro de 4% para el tercer año, esto con base en el IPC presente en la ubicación económica de la empresa como productora y prestadora de servicios alimenticios y de bebidas.
- ✓ La depreciación de los activos fijos de la empresa se realizará en línea recta a un tiempo determinado por el tipo de bien.
- ✓ Las ventas deben realizarse al 100% de contado, es decir, no se cuenta con ventas a crédito.
- ✓ Por otra parte, las compras serán realizadas 50% de contado y 50% a crédito pagaderas al siguiente periodo.
- ✓ Las prestaciones sociales serán pagadas en un 73% durante el periodo y el porcentaje restante (27%) en el siguiente periodo.
- ✓ Se debe contar con un saldo mínimo de efectivo en caja del 10%.
- ✓ Si al finalizar el periodo contable, la utilidad retenida de la empresa se encuentra en superávit, se llevará dicho valor a un CDT con el 5% de interés efectivo anual. Caso contrario, sí hay déficit se tomará un sobregiro bancario con un interés del 25% efectivo anual.
- ✓ El pago de dividendos de socios se realizará en un 70% de la utilidad retenida del periodo contable anterior. Adicional a ello, se realizará una apropiación de reservas legales del 10% para cualquier imprevisto o préstamo de estudio a los trabajadores de la empresa que lo requieran, cumpliendo con la responsabilidad social de apoyar y fomentar el estudio de los adscritos en la empresa.



- ✓ La financiación del proyecto de inversión se realizará en un 70% con dineros de fondos de emprendimiento y el 30% con la inversión de los socios. Dicha financiación se realizará con una tasa de interés del 36,76% efectiva anual.

## 2.25. INVERSIÓN REQUERIDA

La inversión inicial requerida para financiar la maquinaria y equipo, los muebles y el equipo de oficina, los gastos preoperativos, el capital de trabajo y otros se presenta en la siguiente tabla. Dicha inversión ha sido calculada, en gran parte, previamente en el estudio técnico y se entiende como el capital y activos fijos necesarios para el funcionamiento de la empresa desde antes de que ésta abra sus puertas al mercado potencial.

<b>INVERSIÓN INICIAL REQUERIDA</b>	
Capital de trabajo	\$ 5.000.000
Maquinara y equipo	\$ 33.611.382
Muebles y equipo de oficina	\$ 9.007.500
Gastos preoperativos	\$ 2.748.136
Otros	\$ 500.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50.867.018</b>

**Tabla 47.** Inversión inicial requerida.

**Fuente:** Realización propia.

Adicional a ello, se presenta los activos fijos de la empresa “Snack Bar Urkunina” los cuales serán depreciados en línea recta, por lo tanto, el valor anual de depreciación es el presentado en la siguiente tabla:

ACTIVOS FIJOS		
DETALLE	TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y equipo	\$ 33.611.382	\$ 3.361.138
Muebles y enseres	\$ 9.007.500	\$ 900.750

**Tabla 48.** Activos fijos.

**Fuente:** Realización propia.

## 2.26. PRESUPUESTO COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN (CIF)

Los costos indirectos de fabricación, por sus siglas CIF, son los costos que se deben cubrir para la fabricación de los productos, dichos costos son basados en el funcionamiento de la empresa y deben ser contemplados dentro del costo de fabricación de los productos, así no interfieran directamente en la fabricación de los mismos, además, estos costos tienen un porcentaje variable dado que según el periodo pueden incrementar o disminuir y un componente fijo que no se altera.

PRESUPUESTO CIF					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	% VARIABLE	% FIJO
MOI	\$ -	\$ -	\$ -	100%	0%
PRESTACIONES	\$ -	\$ -	\$ -	100%	0%
SUMINISTROS	\$ 1.308.001	\$ 1.357.182	\$ 1.411.469	70%	30%
MANTENIMIENTO	\$ 1.000.000	\$ 1.037.600	\$ 1.079.104	100%	0%
ELEMENTOS DE ASEO	\$ 5.222.946	\$ 5.419.329	\$ 5.636.102	50%	50%
INSUMOS	\$ 21.000.000	\$ 21.789.600	\$ 22.661.184	50%	50%
OTROS	\$ 1.500.000	\$ 1.556.400	\$ 1.618.656	50%	50%
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 30.030.947</b>	<b>\$ 31.160.111</b>	<b>\$ 32.406.515</b>		
Depreciación	\$ 3.361.138	\$ 3.361.138	\$ 3.361.138	0%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 33.392.085</b>	<b>\$ 34.521.249</b>	<b>\$ 35.767.653</b>		

**Tabla 49.** Presupuesto CIF “Snack Bar Urkunina”.

**Fuente:** Realización propia.

## 2.27. PRESUPUESTOS GASTOS

Este presupuesto es necesario considerarlo dado que como lo menciona Laura Sánchez en su artículo *presupuesto de gastos*, con este se puede “saber el dinero que la empresa ha invertido o gastado”, además por tal razón se debe agregar en el cálculo del precio de venta de los productos.

Dichos presupuestos son administrativos y de ventas para “Snack Bar Urkunina” y se han calculado en las siguientes tablas, considerando ítems relevantes.

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
SALARIOS	\$ 19.826.784	\$ 20.572.271	\$ 21.395.162
PRESTACIONES DE SERVICIOS	\$ 10.904.731	\$ 11.314.749	\$ 11.767.339
SALUD OCUPACIONAL	\$ 2.000.000	\$ 2.075.200	\$ 2.158.208
HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 2.484.348	\$ 2.577.759	\$ 2.680.870
OTROS	\$ 2.000.000	\$ 2.075.200	\$ 2.158.208
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 37.215.863</b>	<b>\$ 38.615.180</b>	<b>\$ 40.159.787</b>
Depreciación	\$ 900.750	\$ 900.750	\$ 900.750
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 38.116.613</b>	<b>\$ 39.515.930</b>	<b>\$ 41.060.537</b>

*Tabla 50.* Presupuesto de gastos administrativos.

*Fuente:* Realización propia.

<b>PRESUPUESTO GASTOS DE VENTAS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
SALARIOS	\$ 21.313.392	\$ 22.114.776	\$ 22.999.367
PRESTACIONES	\$ 11.722.366	\$ 12.163.127	\$ 12.649.652
PUBLICIDAD Y MERCADEO	\$ 2.500.000	\$ 2.594.000	\$ 2.697.760
SERVICIO AL CLIENTE	\$ 736.200	\$ 763.881	\$ 794.436
COMISIONES	\$ 626.116	\$ 649.658	\$ 675.644
FERIAS Y EXPOSICIONES	\$ 1.000.000	\$ 1.037.600	\$ 1.079.104
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 37.898.074</b>	<b>\$ 39.323.041</b>	<b>\$ 40.895.963</b>
Depreciación	\$ 900.750	\$ 900.750	\$ 900.750
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 38.798.824</b>	<b>\$ 40.223.791</b>	<b>\$ 41.796.713</b>

*Tabla 51.* Presupuesto de gastos de ventas.

*Fuente:* Realización propia.

## 2.28. COSTO DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA

El costo de producción de los productos que va a brindar “Snack Bar Urkunina” se presenta a continuación desglosado con especificaciones para cada uno de los once (11) productos dado que estos varían entre sí y para obtener datos más acertados se realizó individualmente; dicho costo es lo que la empresa debe destinar para fabricar una unidad de producto para obtenerlo terminado y disponible para el cliente potencial.

Cabe resaltar, que CIF y los presupuestos de gastos calculados anteriormente, para cada producto serán considerados por igual, es decir, se realiza una división equitativa de los mismos para cada uno de los once (11) productos de la empresa “Snack Bar Urkunina”.

- **FRITO PASTUSO**

PRONÓSTICO	
AÑO	DEMANDA
1	5379
2	5632
3	5897

**Tabla 52.** Pronóstico de la demanda para el producto Frito Pastuso.

**Fuente:** Realización propia.

MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS				
AÑO	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS	INVENTARIO FINAL	TOTAL
1	\$ -	\$ 4.279.387	\$ 171.175	\$ 4.108.211
2	\$ 171.175	\$ 4.471.528	\$ 185.966	\$ 4.456.738
3	\$ 185.966	\$ 4.693.682	\$ 195.205	\$ 4.684.443

**Tabla 53.** Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Frito Pastuso.

**Fuente:** Realización propia.

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA						
AÑO	PRODUCCIÓN	DEPARTAMENTO 1: COCINA			PRESTACIONES	TOTAL MOD
		Hora/Unidad	Valor/Hora	Total		
1	5379	0,75	\$ 3.750	\$ 15.128.438	\$ 8.320.641	\$ 23.449.078
2	5632	0,75	\$ 3.891	\$ 16.435.584	\$ 9.039.571	\$ 25.475.155
3	5897	0,75	\$ 4.047	\$ 17.897.277	\$ 9.843.502	\$ 27.740.779

**Tabla 54.** Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Frito Pastuso.

**Fuente:** Realización propia.

COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	
MD	\$ 4.108.211
MOD	\$ 23.449.078
CIF	\$ 3.035.644
TOTAL	\$ 30.592.933

**Tabla 55.** Costo de producción de Frito Pastuso para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

PRECIO DE VENTA AÑO 1	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	\$ 30.592.933
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$ 3.465.147
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	\$ 3.527.166
<b>TOTAL</b>	\$ 37.585.246
<b>PRECIO DE VENTA</b>	\$ 7.686

**Tabla 56.** Calculo del precio de venta de Frito Pastuso para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

VENTAS ESTIMADAS			
AÑO	VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	5379	\$ 7.686	\$ 41.343.771
2	5632	\$ 7.975	\$ 44.916.008
3	5897	\$ 8.294	\$ 48.910.597

**Tabla 57.** Cálculo de las ventas estimadas de Frito Pastuso para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado.

**Fuente:** Realización propia.

- **LAPINGACHOS**

PRONÓSTICO	
AÑO	DEMANDA
1	6395
2	6536
3	6709

**Tabla 58.** Pronóstico de la demanda para el producto Lapingachos.

**Fuente:** Realización propia.

MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS				
AÑO	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS	INVENTARIO FINAL	TOTAL
1	\$ -	\$ 10.626.691	\$ 425.068	\$ 10.201.624
2	\$ 425.068	\$ 10.828.317	\$ 450.775	\$ 10.802.610
3	\$ 450.775	\$ 11.167.608	\$ 464.818	\$ 11.153.565

**Tabla 59.** Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Lapingachos.

**Fuente:** Realización propia.

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA						
AÑO	PRODUCCIÓN	DEPARTAMENTO 1: COCINA			PRESTACIONES	TOTAL MOD
		Hora/Unidad	Valor/Hora	Total		
1	6395	0,75	\$ 3.750	\$ 17.985.938	\$ 9.892.266	\$ 27.878.203
2	6536	0,75	\$ 3.891	\$ 19.073.682	\$ 10.490.525	\$ 29.564.207
3	6709	0,75	\$ 4.047	\$ 20.361.681	\$ 11.198.924	\$ 31.560.605

**Tabla 60.** Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Lapingachos.

**Fuente:** Realización propia.



COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	
MD	\$ 10.201.624
MOD	\$ 27.878.203
CIF	\$ 3.035.644
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 41.115.471</b>

**Tabla 61.** Costo de producción de Lapingachos para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

PRECIO DE VENTA AÑO 1	
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 41.115.471
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.465.147
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.527.166
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 48.107.783</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 8.275</b>

**Tabla 62.** Cálculo del precio de venta de Lapingachos para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

VENTAS ESTIMADAS			
AÑO	VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	6395	\$ 8.275	\$ 52.918.562
2	6536	\$ 8.586	\$ 56.118.944
3	6709	\$ 8.930	\$ 59.908.518

**Tabla 63.** Cálculo de las ventas estimadas de Lapingachos para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado.

**Fuente:** Realización propia

- **CHORIZA SANDONEÑA**

PRONÓSTICO	
AÑO	DEMANDA
1	5713
2	6154
3	6559

**Tabla 64** Pronóstico de la demanda para el producto Choriza Sandoneña.

*Fuente:* Realización propia.

MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS				
AÑO	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS	INVENTARIO FINAL	TOTAL
1	\$ -	\$ 1.435.689	\$ 57.428	\$ 1.378.261
2	\$ 57.428	\$ 1.545.075	\$ 64.186	\$ 1.538.316
3	\$ 64.186	\$ 1.652.458	\$ 68.676	\$ 1.647.969

**Tabla 65.** Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Choriza Sandoneña.

*Fuente:* Realización propia.

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA						
AÑO	PRODUCCIÓN	DEPARTAMENTO 1: COCINA			PRESTACIONES	TOTAL MOD
		Hora/Unidad	Valor/Hora	Total		
1	5713	0,5	\$ 3.750	\$ 10.711.875	\$ 5.891.531	\$ 16.603.406
2	6154	0,5	\$ 3.891	\$ 11.972.607	\$ 6.584.934	\$ 18.557.541
3	6559	0,5	\$ 4.047	\$ 13.270.956	\$ 7.299.026	\$ 20.569.982

**Tabla 66.** Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Choriza Sandoneña.

*Fuente:* Realización propia.

COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	
MD	\$ 1.378.261
MOD	\$ 16.603.406
CIF	\$ 3.035.644
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 21.017.312</b>

**Tabla 67.** Costo de producción de Choriza Sandoneña para el primer año.

*Fuente:* Realización propia.

PRECIO DE VENTA AÑO 1	
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 21.017.312
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.465.147
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.527.166
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 28.009.624</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 5.393</b>

**Tabla 68.** Cálculo del precio de venta de Choriza Sandoneña para el primer año.

*Fuente:* Realización propia.

VENTAS ESTIMADAS			
AÑO	VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	5713	\$ 5.393	\$ 30.810.586
2	6154	\$ 5.596	\$ 34.436.832
3	6559	\$ 5.820	\$ 38.171.276

**Tabla 69.** Cálculo de las ventas estimadas de Choriza Sandoneña para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado.

*Fuente:* Realización propia.

- **PAPA CRIOLLA FREIDA EN CASCOS**

<b>PRONÓSTICO</b>	
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>
1	6261
2	6427
3	6658

**Tabla 70.** Pronóstico de la demanda para el producto Papa Criolla Freída en Cascos.

*Fuente:* Realización propia.

<b>MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS</b>				
<b>AÑO</b>	<b>INVENTARIO INICIAL</b>	<b>COMPRAS</b>	<b>INVENTARIO FINAL</b>	<b>TOTAL</b>
1	\$ -	\$ 3.748.774	\$ 149.951	\$ 3.598.823
2	\$ 149.951	\$ 3.837.268	\$ 159.714	\$ 3.827.505
3	\$ 159.714	\$ 3.985.853	\$ 165.837	\$ 3.979.730

**Tabla 71.** Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Papa Criolla Freída en Cascos.

*Fuente:* Realización propia.

<b>PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA</b>						
<b>AÑO</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>DEPARTAMENTO 1: COCINA</b>			<b>PRESTACIONES</b>	<b>TOTAL MOD</b>
		Hora/Unidad	Valor/Hora	Total		
1	6261	0,5	\$ 3.750	\$ 11.739.375	\$ 6.456.656	\$ 18.196.031
2	6427	0,5	\$ 3.891	\$ 12.503.729	\$ 6.877.051	\$ 19.380.779
3	6658	0,5	\$ 4.047	\$ 13.471.265	\$ 7.409.196	\$ 20.880.460

**Tabla 72.** Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Papa Criolla Freída en Cascos.

*Fuente:* Realización propia.

COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	
MD	\$ 3.598.823
MOD	\$ 18.196.031
CIF	\$ 3.035.644
TOTAL	\$ 24.830.498

**Tabla 73.** Costo de producción de Papa Criolla Freída en Cascos para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

PRECIO DE VENTA AÑO 1	
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 24.830.498
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.465.147
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.527.166
TOTAL	\$ 31.822.811
PRECIO DE VENTA	\$ 5.591

**Tabla 74.** Cálculo del precio de venta de Papa Criolla Freída en Cascos para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

VENTAS ESTIMADAS			
AÑO	VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	6261	\$ 5.591	\$ 35.005.092
2	6427	\$ 5.801	\$ 37.284.282
3	6658	\$ 6.033	\$ 40.169.332

**Tabla 75.** Cálculo de las ventas estimadas de Papa Criolla Freída en Cascos para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado.

**Fuente:** Realización propia

- EMPANADAS DE HARINA x3

PRONÓSTICO	
AÑO	DEMANDA
1	5740
2	6096
3	6479

**Tabla 76.** Pronóstico de la demanda para el producto Empanadas de Harina x3.

*Fuente:* Realización propia.

MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS				
AÑO	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS	INVENTARIO FINAL	TOTAL
1	\$ -	\$ 2.154.892	\$ 86.196	\$ 2.068.696
2	\$ 86.196	\$ 2.285.152	\$ 94.984	\$ 2.276.365
3	\$ 94.984	\$ 2.450.263	\$ 101.843	\$ 2.443.403

**Tabla 77.** Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Empanadas de Harina x3.

*Fuente:* Realización propia.

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA						
AÑO	PRODUCCIÓN	DEPARTAMENTO 1: COCINA			PRESTACIONES	TOTAL MOD
		Hora/Unidad	Valor/Hora	Total		
1	5740	0,5	\$ 3.750	\$ 10.762.500	\$ 5.919.375	\$ 16.681.875
2	6096	0,5	\$ 3.891	\$ 11.859.768	\$ 6.522.872	\$ 18.382.640
3	6479	0,5	\$ 4.047	\$ 13.109.090	\$ 7.210.000	\$ 20.319.090

**Tabla 78.** Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Empanadas de Harina x3.

*Fuente:* Realización propia.

COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	
MD	\$ 2.068.696
MOD	\$ 16.681.875
CIF	\$ 3.035.644
TOTAL	\$ 21.786.215

**Tabla 79.** Costo de producción de Empanadas de Harina x3 para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

PRECIO DE VENTA AÑO 1	
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 21.786.215
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.465.147
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.527.166
TOTAL	\$ 28.778.528
PRECIO DE VENTA	\$ 5.515

**Tabla 80.** Cálculo del precio de venta de Empanadas de Harina x3 para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

VENTAS ESTIMADAS			
AÑO	VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	5740	\$ 5.515	\$ 31.656.380
2	6096	\$ 5.722	\$ 34.883.840
3	6479	\$ 5.951	\$ 38.558.546

**Tabla 81.** Cálculo de las ventas estimadas de Empanadas de Harina x3 para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado.

**Fuente:** Realización propia

- EMPANADAS DE AÑEJO x3

PRONÓSTICO	
AÑO	DEMANDA
1	5219
2	5648
3	6087

**Tabla 82.** Pronóstico de la demanda para el producto Empanadas de Añejo x3.

**Fuente:** Realización propia.

MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS				
AÑO	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS	INVENTARIO FINAL	TOTAL
1	\$ -	\$ 733.927	\$ 29.357	\$ 704.570
2	\$ 29.357	\$ 780.876	\$ 32.434	\$ 777.800
3	\$ 32.434	\$ 842.536	\$ 35.000	\$ 839.969

**Tabla 83.** Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Empanadas de Añejo x3.

**Fuente:** Realización propia.

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA						
AÑO	PRODUCCIÓN	DEPARTAMENTO 1: COCINA			PRESTACIONES	TOTAL MOD
		Hora/Unidad	Valor/Hora	Total		
1	5219	0,5	\$ 3.750	\$ 9.785.625	\$ 5.382.094	\$ 15.167.719
2	5648	0,5	\$ 3.891	\$ 10.988.184	\$ 6.043.501	\$ 17.031.685
3	6087	0,5	\$ 4.047	\$ 12.315.949	\$ 6.773.772	\$ 19.089.721

**Tabla 84** Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Empanadas de añejo x3.

**Fuente:** Realización propia.



COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	
MD	\$ 704.570
MOD	\$ 15.167.719
CIF	\$ 3.035.644
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 18.907.933</b>

**Tabla 85.** Costo de producción de Empanadas de Añejo x3 para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

PRECIO DE VENTA AÑO 1	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	\$ 18.907.933
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$ 3.465.147
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	\$ 3.527.166
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 25.900.245</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 5.459</b>

**Tabla 86.** Cálculo del precio de venta de Empanadas de Añejo x3 para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

VENTAS ESTIMADAS			
AÑO	VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	5219	\$ 5.459	\$ 28.490.269
2	5648	\$ 5.664	\$ 31.991.449
3	6087	\$ 5.891	\$ 35.857.158

**Tabla 87.** Cálculo de las ventas estimadas de Empanadas de Añejo x3 para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado.

**Fuente:** Realización propia

- QUIMBOLITOS

PRONÓSTICO	
AÑO	DEMANDA
1	5894
2	6282
3	6656

**Tabla 88.** Pronóstico de la demanda para el producto Quimbolito.

*Fuente:* Realización propia.

MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS				
AÑO	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS	INVENTARIO FINAL	TOTAL
1	\$ -	\$ 410.261	\$ 16.410	\$ 393.850
2	\$ 16.410	\$ 436.682	\$ 18.148	\$ 434.944
3	\$ 18.148	\$ 463.799	\$ 19.280	\$ 462.668

**Tabla 89.** Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Quimbolito.

*Fuente:* Realización propia.

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA						
AÑO	PRODUCCIÓN	DEPARTAMENTO 1: COCINA			PRESTACIONES	TOTAL MOD
		Hora/Unidad	Valor/Hora	Total		
1	5894	1	\$ 3.750	\$ 22.102.500	\$ 12.156.375	\$ 34.258.875
2	6282	1	\$ 3.891	\$ 24.443.262	\$ 13.443.794	\$ 37.887.056
3	6656	1	\$ 4.047	\$ 26.934.436	\$ 14.813.940	\$ 41.748.376

**Tabla 90.** Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Quimbolito.

*Fuente:* Realización propia.

COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	
MD	\$ 393.850
MOD	\$ 34.258.875
CIF	\$ 3.035.644
TOTAL	\$ 37.688.369

**Tabla 91.** Costo de producción de Quimbolito para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

PRECIO DE VENTA AÑO 1	
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 37.688.369
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.465.147
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.527.166
TOTAL	\$ 44.680.682
PRECIO DE VENTA	\$ 8.339

**Tabla 92.** Cálculo del precio de venta de Quimbolito para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

VENTAS ESTIMADAS			
AÑO	VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	5894	\$ 8.339	\$ 49.148.750
2	6282	\$ 8.652	\$ 54.353.841
3	6656	\$ 8.998	\$ 59.893.399

**Tabla 93.** Cálculo de las ventas estimadas de Quimbolito para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado.

**Fuente:** Realización propia

- **JARRA DE HERVIDOS**

PRONÓSTICO	
AÑO	DEMANDA
1	5437
2	5869
3	6309

**Tabla 94.** Pronóstico de la demanda para el producto Jarra de Hervidos.

*Fuente:* Realización propia.

MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS				
AÑO	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS	INVENTARIO FINAL	TOTAL
1	\$ -	\$ 10.180.216	\$ 407.209	\$ 9.773.008
2	\$ 407.209	\$ 10.979.761	\$ 456.091	\$ 10.930.879
3	\$ 456.091	\$ 12.124.607	\$ 503.728	\$ 12.076.970

**Tabla 96.** Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Jarra de Hervidos.

*Fuente:* Realización propia.

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA						
AÑO	PRODUCCIÓN	DEPARTAMENTO 1: BAR			PRESTACIONES	TOTAL MOD
		Hora/Unidad	Valor/Hora	Total		
1	5437	0,5	\$ 3.333	\$ 9.060.761	\$ 4.983.418	\$ 14.044.179
2	5869	0,5	\$ 3.458	\$ 10.148.442	\$ 5.581.643	\$ 15.730.086
3	6309	0,5	\$ 3.597	\$ 11.345.644	\$ 6.240.104	\$ 17.585.748

**Tabla 95.** Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Jarra de Hervidos.

*Fuente:* Realización propia.

COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	
MD	\$ 9.773.008
MOD	\$ 14.044.179
CIF	\$ 3.035.644
TOTAL	\$ 26.852.830

**Tabla 96.** Costo de producción de Jarra de Hervidos para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

PRECIO DE VENTA AÑO 1	
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 26.852.830
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.465.147
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.527.166
TOTAL	\$ 33.845.143
PRECIO DE VENTA	\$ 6.847

**Tabla 97.** Cálculo del precio de venta de Jarra de Hervidos para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

VENTAS ESTIMADAS			
AÑO	VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	5437	\$ 6.847	\$ 37.229.657
2	5869	\$ 7.105	\$ 41.698.821
3	6309	\$ 7.389	\$ 46.617.989

**Tabla 98.** Cálculo de las ventas estimadas de Jarra de Hervidos para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado.

**Fuente:** Realización propia

- MICHELADAS

PRONÓSTICO	
AÑO	DEMANDA
1	6287
2	6495
3	6761

**Tabla 99.** Pronóstico de la demanda para el producto Michelada.

*Fuente:* Realización propia.

MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS				
AÑO	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS	INVENTARIO FINAL	TOTAL
1	\$ -	\$ 3.567.191	\$ 142.688	\$ 3.424.504
2	\$ 142.688	\$ 3.675.720	\$ 152.951	\$ 3.665.457
3	\$ 152.951	\$ 3.838.049	\$ 159.657	\$ 3.831.343

**Tabla 100.** Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Michelada.

*Fuente:* Realización propia.

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA						
AÑO	PRODUCCIÓN	DEPARTAMENTO 1: BAR			PRESTACIONES	TOTAL MOD
		Hora/Unidad	Valor/Hora	Total		
1	6287	0,2	\$ 3.333	\$ 4.190.914	\$ 2.305.003	\$ 6.495.917
2	6495	0,2	\$ 3.458	\$ 4.492.359	\$ 2.470.797	\$ 6.963.156
3	6761	0,2	\$ 3.597	\$ 4.863.395	\$ 2.674.867	\$ 7.538.262

**Tabla 101.** Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Michelada.

*Fuente:* Realización propia.

COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	
MD	\$ 3.424.504
MOD	\$ 6.495.917
CIF	\$ 3.035.644
TOTAL	\$ 12.956.065

**Tabla 102.** Costo de producción de Michelada para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

PRECIO DE VENTA AÑO 1	
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 12.956.065
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.465.147
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.527.166
TOTAL	\$ 19.948.377
PRECIO DE VENTA	\$ 3.490

**Tabla 103.** Cálculo del precio de venta de Michelada para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

VENTAS ESTIMADAS			
AÑO	VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	6287	\$ 3.490	\$ 21.943.215
2	6495	\$ 3.621	\$ 23.521.549
3	6761	\$ 3.766	\$ 25.464.259

**Tabla 104.** Cálculo de las ventas estimadas de Michelada para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado.

**Fuente:** Realización propia

- CAFÉ NARIÑENSE

PRONÓSTICO	
AÑO	DEMANDA
1	5743
2	5866
3	6329

**Tabla 105.** Pronóstico de la demanda para el producto Café Nariñense.

*Fuente:* Realización propia.

MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS				
AÑO	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS	INVENTARIO FINAL	TOTAL
1	\$ -	\$ 270.246	\$ 10.810	\$ 259.436
2	\$ 10.810	\$ 275.196	\$ 11.456	\$ 274.549
3	\$ 11.456	\$ 309.247	\$ 12.846	\$ 307.858

**Tabla 106.** Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Café Nariñense.

*Fuente:* Realización propia.

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA						
AÑO	PRODUCCIÓN	DEPARTAMENTO 1: BAR			PRESTACIONES	TOTAL MOD
		Hora/Unidad	Valor/Hora	Total		
1	5743	0,2	\$ 3.333	\$ 3.828.284	\$ 2.105.556	\$ 5.933.840
2	5866	0,2	\$ 3.458	\$ 4.057.302	\$ 2.231.516	\$ 6.288.818
3	6329	0,2	\$ 3.597	\$ 4.552.644	\$ 2.503.954	\$ 7.056.598

**Tabla 107.** Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Café Nariñense.

*Fuente:* Realización propia



COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	
MD	\$ 259.436
MOD	\$ 5.933.840
CIF	\$ 3.035.644
TOTAL	\$ 9.228.920

**Tabla 108.** Costo de producción del Café Nariñense para el primer año.

*Fuente:* Realización propia.

PRECIO DE VENTA AÑO 1	
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 9.228.920
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.465.147
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.527.166
TOTAL	\$ 16.221.232
PRECIO DE VENTA	\$ 3.107

**Tabla 109.** Cálculo del precio de venta de Café Nariñense para el primer año.

*Fuente:* Realización propia.

VENTAS ESTIMADAS			
AÑO	VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	5743	\$ 3.107	\$ 17.843.355
2	5866	\$ 3.224	\$ 18.910.793
3	6329	\$ 3.353	\$ 21.219.547

**Tabla 110.** Cálculo de las ventas estimadas de Café Nariñense para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado.

*Fuente:* Realización propia

- **DULCE DE CHILACUAN**

<b>PRONÓSTICO</b>	
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>
1	5389
2	5742
3	6135

**Tabla 111.** Pronóstico de la demanda para el producto Dulce de Chilacuan.

*Fuente:* Realización propia.

<b>MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS</b>				
<b>AÑO</b>	<b>INVENTARIO INICIAL</b>	<b>COMPRAS</b>	<b>INVENTARIO FINAL</b>	<b>TOTAL</b>
1	\$ -	\$ 98.069	\$ 3.923	\$ 94.147
2	\$ 3.923	\$ 104.352	\$ 4.337	\$ 103.938
3	\$ 4.337	\$ 112.850	\$ 4.690	\$ 112.497

**Tabla 112.** Materiales directos utilizados para fabricar la demanda anual de Dulce de Chilacuan.

*Fuente:* Realización propia.

<b>PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA</b>						
<b>AÑO</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>DEPARTAMENTO 1: COCINA</b>			<b>PRESTACIONES</b>	<b>TOTAL MOD</b>
		Hora/Unidad	Valor/Hora	Total		
1	5389	0,75	\$ 3.750	\$ 15.156.563	\$ 8.336.109	\$ 23.492.672
2	5742	0,75	\$ 3.891	\$ 16.756.592	\$ 9.216.125	\$ 25.972.717
3	6135	0,75	\$ 4.047	\$ 18.619.602	\$ 10.240.781	\$ 28.860.384

**Tabla 113.** Presupuesto de la mano de obra directa que fabricará el producto Dulce de Chilacuan.

*Fuente:* Realización propia

COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	
MD	\$ 94.147
MOD	\$ 23.492.672
CIF	\$ 3.035.644
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 26.622.463</b>

**Tabla 114.** Costo de producción del Dulce de Chilacuan para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

PRECIO DE VENTA AÑO 1	
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 26.622.463
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.465.147
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.527.166
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 33.614.775</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 6.861</b>

**Tabla 115.** Cálculo del precio de venta de Dulce de Chilacuan para el primer año.

**Fuente:** Realización propia.

VENTAS ESTIMADAS			
AÑO	VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	5389	\$ 6.861	\$ 36.976.253
2	5742	\$ 7.119	\$ 40.879.715
3	6135	\$ 7.404	\$ 45.424.754

**Tabla 116.** Cálculo de las ventas estimadas de Dulce de Chilacuan para el primer año, basado en la proyección de la demanda y el precio de venta calculado.

**Fuente:** Realización propia

## 2.29. MATERIALES DIRECTOS TOTALES Y MANO DE OBRA DIRECTA

### TOTAL

Los materiales directos son aquellos que mediante su transformación se crea el producto final que será destinado al cliente de “Snack Bar Urkunina” y la mano de obra directa es la encargada de realizar dicha transformación. Por tal razón, su cálculo se realiza en las siguientes tablas, reuniendo la información obtenida en el cálculo de costo de producción de cada uno de los once (11) productos que ofrece la empresa. Es así que a continuación se tienen el cálculo total de los tres años de producción.

MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS				
AÑO	INVENTARIO INICIAL	COMPRAS	INVENTARIO FINAL	TOTAL
1	\$ -	\$ 37.505.342	\$ 1.500.214	\$ 36.005.129
2	\$ 1.500.214	\$ 39.219.928	\$ 1.631.042	\$ 39.089.099
3	\$ 1.631.042	\$ 41.640.952	\$ 1.731.580	\$ 41.540.415

**Tabla 117.** Materiales directos totales utilizados.

**Fuente:** Realización propia.

MANO DE OBRA DIRECTA			
AÑO	SUBTOTAL	PRESTACIONES	TOTAL
1	\$130.452.771	\$ 71.749.024	\$202.201.795
2	\$142.731.510	\$ 78.502.331	\$221.233.841
3	\$156.741.939	\$ 86.208.066	\$242.950.005

**Tabla 118.** Mano de obra directa total.

*Fuente:* Realización propia

### 2.30. COSTO DEL PRODUCTO MANUFACTURADO Y VENDIDO

Es así que el cálculo del costo del producto manufacturado y vendido se realiza con la información final obtenida. Para “Snack Bar Urkunina” y sus políticas empresariales, dicho costo está directamente relacionado con la materia prima utilizada, la mano de obra directa y CIF. Dado que la empresa es alimenticia no se requiere tener inventario inicial y final de producto terminado, tal como lo presenta la siguiente tabla:

<b>COSTO DEL PRODUCTO MANUFACTURADO Y VENDIDO</b>			
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
MATERIA PRIMA UTILIZADA	\$ 36.005.129	\$ 39.089.099	\$ 41.540.415
(+) MANO DE OBRA	\$ 202.201.795	\$ 221.233.841	\$ 242.950.005
(+) CIF	\$ 33.392.085	\$ 34.521.249	\$ 35.767.653
<b>(=) COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 271.599.009</b>	<b>\$ 294.844.189</b>	<b>\$ 320.258.073</b>
(+) INVENTARIO INICIAL PRODUCTO TERMINADO	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) COSTO DE PRODUCCIÓN DISPONIBLE PARA LA VENTA</b>	<b>\$ 271.599.009</b>	<b>\$ 294.844.189</b>	<b>\$ 320.258.073</b>
(-) INVENTARIO FINAL PRODUCTO TERMINADO	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) COSTO DE PRODUCTO MANUFACTURADO Y VENDIDO</b>	<b>\$ 271.599.009</b>	<b>\$ 294.844.189</b>	<b>\$ 320.258.073</b>

*Tabla 119.* Costo de producto manufacturado y vendido.

*Fuente:* Realización propia.

### 2.31. VENTAS TOTALES ESTIMADAS

Una vez calculado el precio unitario de cada uno de los once (11) productos, se realizó el cálculo de las ventas estimadas por producto en una operación que trata de multiplicar el pronóstico de la demanda de cada año por el precio unitario calculado, obteniendo así las ventas totales estimadas para la empresa “Snack Bar Urkunina” plasmadas en la siguiente tabla:

VENTAS ESTIMADAS	
AÑO	TOTAL
1	\$ 383.365.890
2	\$ 418.996.073
3	\$ 460.195.374

**Tabla 120.** Ventas estimadas totales.

**Fuente:** Realización propia.

### 2.32. FLUJO DE CAJA

En la definición de la capacidad de la empresa “Snack Bar Urkunina” para pagar sus deudas, se tiene que mediante el flujo de caja el proyecto cuenta con una liquidez considerablemente positiva, dado que denotan una situación sana económicamente hablando. Gracias al flujo de caja se puede percibir que el proyecto es viable económica y financieramente y es que como lo menciona Mariam Kiziryan en su artículo sobre *flujo de caja*

Al empresario siempre le conviene tener un flujo de caja positivo pues tendrá a más personas interesadas en comprar parte de su negocio, bancos que estén dispuestos a darle

crédito en el supuesto de que le haga falta, acreedores que estén dispuestos a darle mercancía por adelantado.

Es así que es realmente importante en el proceso del reconocimiento de la viabilidad el plan de negocios “Snack Bar Urkunina” que los ingresos sean superiores a los egresos y que además dicha diferencia se encuentre aumentando con el pasar de los periodos. Además de que, se pueden pagar los dividendos del 70% de las utilidades retenidas a los socios, se pueda llevar a un CDT del 5% el superávit de la empresa y se posea un saldo mínimo en efectivo considerable a pesar de ser solamente el 10% de los egresos.

FLUJO DE CAJA				
ACTIVIDAD	AÑOS			
	1	2	3	4
<b>INGRESOS</b>				
Ventas en efectivo	\$ 383.365.890	\$ 418.996.073	\$ 460.195.374	\$ -
Recaudo de cartera	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 383.365.890</b>	<b>\$ 418.996.073</b>	<b>\$ 460.195.374</b>	<b>\$ -</b>
<b>EGRESOS</b>				
Compras contado	\$ 35.942.620	\$ 37.585.764	\$ 39.905.913	\$ -
Pago a proveedores	\$ -	\$ 1.500.214	\$ 1.628.712	\$ 1.730.851
MO y PS anual	\$ 182.829.559	\$ 200.038.211	\$ 219.673.827	\$ -
MO y PS año siguiente	\$ -	\$ 19.372.236	\$ 21.195.629	\$ 23.276.178
CIF anual	\$ 30.030.947	\$ 31.160.111	\$ 32.406.515	\$ -
CIF año siguiente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos administrativos PS anual	\$ 34.271.586	\$ 35.560.197	\$ 36.982.605	\$ -
Gastos administrativos años siguiente	\$ -	\$ 2.944.277	\$ 3.054.982	\$ 3.177.182
Gastos de ventas PS anual	\$ 32.143.458	\$ 33.352.052	\$ 34.686.134	\$ -
Gastos de ventas años siguiente	\$ -	\$ 5.754.616	\$ 5.970.989	\$ 6.209.829
Pago de dividendos	\$ -	\$ 14.491.231	\$ 18.466.577	\$ 23.733.885
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 315.218.169</b>	<b>\$ 381.758.910</b>	<b>\$ 413.971.885</b>	<b>\$ 58.127.924</b>
<b>POLÍTICAS</b>				
Capital inicial	\$ 5.000.000	\$ 31.521.817	\$ 38.175.891	\$ 41.397.188
Flujo neto de caja (ing-egr)	\$ 68.147.721	\$ 37.237.163	\$ 46.223.489	
Intereses recibidos o pagados	\$ -	\$ 1.873.166	\$ 3.333.697	\$ 5.418.812
Recuperación de la inversión a corto plazo	\$ -	\$ 41.625.905	\$ 74.082.159	\$ 120.418.048
<b>Caja final sin financiamiento</b>	<b>\$ 73.147.721</b>	<b>\$ 112.258.050</b>	<b>\$ 161.815.236</b>	
Saldo mínimo efectivo	\$ 31.521.817	\$ 38.175.891	\$ 41.397.188	
<b>Inversión financiera</b>	<b>\$ 41.625.905</b>	<b>\$ 74.082.159</b>	<b>\$ 120.418.048</b>	

**Tabla 121.** Flujo de caja “Snack Bar Urkunina”.

**Fuente:** Realización propia.



### 2.33. BALANCE GENERAL

Al realizar el balance general, se quiere determinar la situación económica y financiera de la empresa “Snack Bar Urkunina”, para el ejercicio de los tres (3) periodos en años a evaluar mediante los pronósticos y proyecciones realizadas se obtiene que las ventas son mayores a los costos de producto manufacturado y vendido, que los gastos tanto administrativos como de ventas se pueden asimilar con la utilidad bruta, que se paga una buena suma de dinero en impuestos al Estado Colombiano, que se puede realizar reservas anuales del 10% y que se obtienen utilidades retenidas significativas en los periodos, de las cuales se cancelan los dividendos del 70% a los socios e inversionistas y además de ello, queda algo de dinero retenido en las utilidades. Lo anterior se presenta en la siguiente tabla.

BALANCE GENERAL	AÑO		
	1	2	3
Ventas	\$ 383.365.890	\$ 418.996.073	\$ 460.195.374
(-) Costo de ventas	\$ 271.599.009	\$ 294.844.189	\$ 320.258.073
(=) Utilidad bruta	\$ 111.766.881	\$ 124.151.884	\$ 139.937.301
(-) Gastos administrativos	\$ 38.116.613	\$ 39.515.930	\$ 41.060.537
(-) Gastos de ventas	\$ 38.798.824	\$ 40.223.791	\$ 41.796.713
(=) Utilidad operativa	\$ 34.851.445	\$ 44.412.163	\$ 57.080.051
(+) Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad antes de intereses e impuestos	\$ 34.851.445	\$ 44.412.163	\$ 57.080.051
(-) Gastos financieros	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 34.851.445	\$ 44.412.163	\$ 57.080.051
(-) Impuesto del 34%	\$ 11.849.491	\$ 15.100.135	\$ 19.407.217
(=) Utilidad neta	\$ 23.001.953	\$ 29.312.028	\$ 37.672.834
(-) Reserva legal 10%	\$ 2.300.195	\$ 2.931.203	\$ 3.767.283
(=) Utilidades retenidas	\$ 20.701.758	\$ 26.380.825	\$ 33.905.550

**Tabla 122.** Balance general “Snack Bar Urkunina”

**.Fuente:** Realización propia

### 2.34. FLUJO LIBRE DE CAJA

Para medir la capacidad financiera de la empresa, se realiza el flujo libre de caja, con el cual se establece el dinero disponible después de realizar la actividad contable. En este caso para la empresa “Snack Bar Urkunina” se tiene que el año cero (0), es en el que se realiza la inversión por lo tanto el flujo neto de efectivo es negativo, los periodos siguientes tienen el flujo neto de efectivo positivo tal como se presenta en la siguiente tabla:

FLUJO LIBRE DE CAJA	PERIODOS			
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
(+) Inventario de activos fijos	\$ 45.867.018	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Capital de trabajo	\$ 5.000.000	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Capital requerido para inversión	\$ 50.867.018	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Utilidad neta	\$ -	\$ 23.001.953	\$ 29.312.028	\$ 37.672.834
(+) Depreciación	\$ -	\$ 4.261.888	\$ 4.261.888	\$ 4.261.888
(+) Amortización diferida	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Flujo neto efectivo	-\$ 50.867.018	\$ 27.263.842	\$ 33.573.916	\$ 41.934.722

**Tabla 123.** Flujo libre de caja “Snack Bar Urkunina”.

**Fuente:** Realización propia.

De la anterior tabla se realiza el cálculo del Valor Presente Neto (VPN), el cual consiste en proyectar el flujo neto efectivo de los tres (3) periodos al presente y se le descuenta el año cero (0) lo que arroja un valor de \$3.413.757 COP. Lo que representa que el proyecto se puede evaluar en el mediano y largo plazo exitosamente, dado que cumple con la tarea de maximizar la inversión, es decir, el dinero invertido en el año cero (0) se recupera con tres años de operación y además se obtiene un adicional, denotando que la inversión aumenta el valor de la empresa “Snack Bar Urkunina”. Lo anterior teniendo en cuenta una tasa de interés efectiva anual del 36,76% que se

establece como normal para el año 2019 para préstamos en pequeños créditos, que para este ejercicio aplicaría como la tasa de descuento.

<b>VPN</b>	\$3.413.756,52
<b>TIR</b>	41%

**Tabla 124.** VPN y TIR “Snack Bar Urkunina”.

**Fuente:** Realización propia.

Además, se obtiene también una Tasa Interna de Retorno del 41%, la que da respuesta a la pregunta de la rentabilidad que ofrece la inversión destinada al proyecto empresarial “Snack Bar Urkunina”.

Es así que según los criterios de selección de proyectos bajo la TIR y teniendo en cuenta la tasa de descuento del Valor Presente Neto, que se denominará “k”, se obtiene que al comparar estos dos porcentajes la TIR es mayor que k ( $41\% > 36,76\%$ ), por lo tanto se acepta el proyecto de inversión dado que la tasa de rendimiento interno que se obtiene con el plan de negocios “Snack Bar Urkunina” es superior a la tasa mínima de rentabilidad que exige la inversión denotada por la tasa de interés efectiva anual.

### 2.35. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para garantizar que el proyecto empresarial “Snack Bar Urkunina” pueda cubrir los costos en los que se ha incurrido para brindarle los productos al mercado potencial y obtener un excedente para la distribución de los socios e inversionistas, se debe obtener una rentabilidad que justifique la inversión y esto se realiza mediante el análisis del punto de equilibrio, dado que este indica a la empresa y/o empresarios el nivel de ventas que se deben alcanzar para cubrir dichos costos y dividendos.

Para el cálculo del punto de equilibrio en pesos es imprescindible tener los datos de costo variable y costo fijo, por tal razón a continuación se muestran las tablas:

COSTO VARIABLE						
CONCEPTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
MD		\$ 36.005.129		\$ 39.089.099		\$ 41.540.415
MOD		\$ 202.201.795		\$ 221.233.841		\$242.950.005
CIF		\$ 15.027.074		\$ 15.592.092		\$ 16.215.775
MOI	\$ -		\$ -		\$ -	
PRESTACIONES	\$ -		\$ -		\$ -	
SUMINISTROS	\$ 915.601		\$ 950.027		\$ 988.028	
MANTENIMIENTO	\$ 1.000.000		\$ 1.037.600		\$ 1.079.104	
ELEMENTOS DE ASEO	\$ 2.611.473		\$ 2.709.664		\$ 2.818.051	
INSUMOS	\$ 10.500.000		\$ 10.894.800		\$ 11.330.592	
OTROS	\$ 750.000		\$ 778.200		\$ 809.328	
GASTOS DE VENTAS		\$ -		\$ -		\$ -
SALARIOS	\$ -		\$ -		\$ -	
PRESTACIONES	\$ -		\$ -		\$ -	
COMISIONES	\$ -		\$ -		\$ -	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 253.233.997</b>		<b>\$ 275.915.032</b>		<b>\$300.706.195</b>

**Tabla 125.** Costo variable

**Fuente:** Realización propia.

COSTO FIJO						
CONCEPTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
CIF		\$ 14.253.873		\$ 14.789.819		\$ 15.381.412
SUMINISTROS	\$ 392.400		\$ 407.155		\$ 423.441	
ELEMENTOS DE ASEO	\$ 2.611.473		\$ 2.709.664		\$ 2.818.051	
INSUMOS	\$ 10.500.000		\$ 10.894.800		\$ 11.330.592	
OTROS	\$ 750.000		\$ 778.200		\$ 809.328	
GASTOS DE VENTAS		\$ 10.784.999		\$ 11.156.647		\$ 11.566.883
SALARIOS	\$ 2.131.339		\$ 2.211.478		\$ 2.299.937	
PRESTACIONES	\$ 3.516.710		\$ 3.648.938		\$ 3.794.895	
PUBLICIDAD Y	\$ 2.500.000		\$ 2.594.000		\$ 2.697.760	
SERVICIO AL CLIENTE	\$ 736.200		\$ 763.881		\$ 794.436	
FERIAS Y EXPOSICIONES	\$ 1.000.000		\$ 1.037.600		\$ 1.079.104	
Depreciación	\$ 900.750		\$ 900.750		\$ 900.750	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 37.215.863		\$ 38.615.180		\$ 40.159.787
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 62.254.735</b>		<b>\$ 64.561.645</b>		<b>\$ 67.108.081</b>

**Tabla 126.** Costo fijo

**Fuente:** Realización propia.

Una vez se tiene el costo fijo y el variable para cada año, se procede a calcular el punto de equilibrio mediante la siguiente ecuación:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VE}}$$

Donde:

*PE = punto de equilibrio*

*CF = costo fijo*

*CV = costo variable*

*VE = ventas estimadas*

Es así que se obtiene para cada periodo en años, el punto de equilibrio, el cual representa el nivel de ventas en pesos al que debe llegar la empresa para cubrir los costos. Estos valores obtenidos para cada año, significan que cuando la empresa llegue a ese valor de ventas la utilidad sería cero (0), es decir, a partir de ahí ya son ganancias para la empresa. Adicional a ello, se presenta el punto de equilibrio en porcentaje, lo que representa que del total de ventas estimadas para la empresa “Snack Bar Urkunina”, el 47,84% será utilizado para el pago de los costos fijos y variables, y el porcentaje sobrante (52,16%) es la utilidad neta que obtiene la empresa

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>		
<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 2</b>
\$ 183.401.175	\$ 189.061.217	\$ 193.635.886
47,84%	45,12%	42,08%

**Tabla 127.** Punto de equilibrio.

**Fuente:** Realización propia.

## 7. CONCLUSIONES

Tras la realización de los estudios anteriormente presentados, es posible tomar decisiones que repercutirán directamente en el proyecto a corto mediano y largo plazo. Los socios capitalistas y posibles inversores tendrán un panorama más claro frente a los materiales, insumos entre otros requerimientos para la puesta en marcha del proyecto.

Adicional a ello, se logró establecer el cliente potencial, sus gustos preferencias y el valor que están dispuestos a pagar por los productos de la empresa. El estudio de mercados es de suma importancia puesto que permite direccionar todos los esfuerzos y estrategias hacia un tipo de cliente con sus preferencias y gustos, aumentando la tasa de éxito de la idea de negocio.

De igual forma, en el estudio técnico se establecieron los recursos que permitirán materializar la idea con la capacidad planeada, además del direccionamiento de aspectos de suma relevancia como la estructura organizacional y la metodología del servicio; puesto que no cabe duda de que el nivel de planificación de una idea de negocio conllevara al éxito de esta.

Por último, la información de la evaluación financiera brinda una visión clara que permite tomar decisiones con fundamento de una información puntual, a la luz de un flujo de caja positivo, unos ingresos superiores a egresos y ventas que superan el costo del producto manufacturado y vendido, maximizando así, la inversión realizada.

Ya para terminar se concluye, el proyecto como exitoso a mediano y largo plazo; el siguiente paso a seguir y el más satisfactorio es embarcarse en la maravillosa aventura de emprende

## CITAS BIBLIOGRÁFICAS

Administración y Finanzas. (enero 16, 2018). *Estudio de viabilidad económica de un proyecto empresarial*. Jesuites Educació. URL

<https://fp.uoc.fje.edu/blog/estudio-de-viabilidad-economica-de-un-proyecto-empresarial/>

Alcaldía de Pereira & Secretaría de Planeación Municipal. (2015). *Plan de Ordenamiento Territorial Municipio de Pereira Revisión de Largo Plazo 2015 -2027* .URL

<http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/pot%20%20plan%20de%20ordenamiento%20territorial%20-%20pereira%20-%20risaralda%20-%202006.pdf>

Alemán, C y Gonzáles, E. (2003). *Modelos financieros en Excel*. México DF, México:

Compañía Editorial Continental Alvarado, V. (mayo 05, 2011). *Definición de cliente, para fines de mercadotecnia*. Sesión de Aprendizaje. URL

<http://vilmaalvarado.blogspot.com/2011/05/definicion-de-cliente-para-fines-de.html>

Amenábar, F. (febrero 3, 2017). *Michelada*. Publicado en Espacio Culinario. URL

<http://www.espacioculinario.cl/michelada/>

Anónimo. (octubre 17, 2011). *Gastronomía típica San Juan de Pasto*. [Figura]. URL

<http://unad2011gastronomia.blogspot.com/2011/10/platos-tipicos.html>

Arias, F (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. URL

<https://books.google.com.co/books?id=W5n0BgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=arias+fidias&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi6ufPh0ZvgAhWItVkKHVoyBewQ6AEIKTAA#v=onepage&q=arias%20fidias&f=false>



Arias, I. y Palomino, A. (2011). *La clave del éxito para Crepes and Waffles S.A.* Basada en la innovación de lagunas prácticas aplicadas al recurso humano. URL

[http://unicornio.utadeo.edu.co/tesis/gerencia\\_rechumanos/T234.pdf](http://unicornio.utadeo.edu.co/tesis/gerencia_rechumanos/T234.pdf)

Asociación Centro de Consultoría Universitaria. (s.f). *Diagnóstico socioeconómico Comuna Universidad.* Alcaldía de Pereira. URL

<http://www.pereira.gov.co/Planeacion/DIAGNOSTICOS%20SOCIOENCONOMICOS/DIAGNOSTICOS%20SOCIOENCONOMICOS/13.%20COMUNA%20UNIVERSIDAD.pdf>

A la criolla. (s.f). *Empanadas de viento.* URL

<https://recetas.eluniverso.com/recetas/empanadas-de-viento/>

Benavides, P. (junio 8, 2017). *Empanada, una tradicional receta con variedad de rellenos.*

Publicado en Vanguardia. URL

<https://www.vanguardia.com/entretenimiento/cocinar/empanada-una-tradicional-receta-con-variedad-de-rellenos-CFVL400156>

Blogger Metodología. (junio, 2010). *Tipos de investigación y diseño de investigación.* Conceptos básicos de la Metodología de la investigación. URL

<http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html>

Buján, A. (febrero 04, 2017). *Modelo financiero.* Enciclopedia Financiera. URL

<https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-modelo-financiero.html>

Burgos, D. (octubre 30, 2017). *Café de Nariño sigue siendo catalogado como el mejor del país.*

Publicado en Radio Nacional de Colombia. URL <https://www.radionacional.co/noticia/cafe-narinense/cafe-de-narino-sigue-siendo-catalogado-mejor-del-pais>

Choco, sabores que te embrujan. (abril 26, 2016). *Chilacúan*. Publicado en Facebook. URL

<https://www.facebook.com/gastrodiversidadcolombiana/photos/chilacu%C3%A1n-as%C3%AD-llaman-en-nari%C3%B1o-a-la-papayuela-se-trata-de-un-fruto-apreciado-en-/1344444625570821/>

Ciudadano 014-Q. (enero 20, 2012). *El método hipotético-deductivo*. La sangre del león verde. URL

<http://www.lasangredelleonverde.com/el-metodo-hipotetico-deductivo/>

Dane. (2012). *Clasificación Industrial Internacional uniforme de todas las actividades económicas*

*CIU.CL*. URL [https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIU\\_Rev4ac.pdf](https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIU_Rev4ac.pdf)

Dane. (31 de junio de 2018). *Encuesta mensual de servicios*. URL

<https://www.dane.gov.co/index.php/52-espanol/noticias/noticias/4754-encuesta-mensual-de-servicios-ems-junio-2018>

Demelito. (s.f). *Dulce de chilacuan*. URL

<https://www.demelito.com/producto/dulce-de-chilacuan/>

Desarrollo Económico Local. (s.f). *Estudios previos: análisis de la oferta*. URL

[http://www.dhl.hegoa.ehu.es/iedl/Materiales/8\\_Analisis\\_oferta.pdf](http://www.dhl.hegoa.ehu.es/iedl/Materiales/8_Analisis_oferta.pdf)

El campesino. (enero 29, 2018). *El poder de la papa criolla*. El campesino.co. URL

<http://www.elcampesino.co/poder-la-papa-criolla/>

Erossa V (1987). *Proyectos de inversión en ingeniería su metodología*. URL

<https://books.google.com.co/books?id=radgq2zQxH0C&pg=PA31&dq=estudio+de+mercado+teoricos&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiP1ryVxpvGhUvwlkKHfodBA0Q6AEINjAC#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado%20teoricos&f=false>

Euromonitor. (febrero 3, 2017). *Aumenta el consumo per cápita de comida rápida en Colombia*.

URL

<https://www.unipymes.com/aumenta-el-consumo-per-capita-de-comida-rapida-en-colombia/>

Explorable.com. (septiembre 16, 2009). *Muestreo por conveniencia*. URL

<https://explorable.com/es/muestreo-por-conveniencia>

Feedback networks La información viva (s.f) *Calcular la muestra correcta*. URL

<https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcul.html>

Garzón, E (agosto 27,1988). *El ABC de la gastronomía nariñense*. El Espectador.URL

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-776901>

Giles, P. (enero 2009). *Hervidos*. Colombia Travel Blog [Figura]. URL

[https://seecolombia.travel/blog/2013/01/paul-g-in-pasto-guinea-pigs-and-other-food-](https://seecolombia.travel/blog/2013/01/paul-g-in-pasto-guinea-pigs-and-other-food-adventures/hervidos/)

[adventures/hervidos/](https://seecolombia.travel/blog/2013/01/paul-g-in-pasto-guinea-pigs-and-other-food-adventures/hervidos/)

Giles, P. (enero 9, 2013). *Paul G in Pasto: Guinea pigs and other food adventures*. URL

<https://seecolombia.travel/blog/2013/01/paul-g-in-pasto-guinea-pigs-and-other-food-adventures/>

Gonzales, M. Valdebenito, P. y Munizaga, B. (2016). *Encuestas de campo estructuradas y*

*semiestructuradas*. URL <https://slideplayer.es/slide/3409652/>

Henslin, J (2006). *Vida en sociedad: Lecturas que acompañan a la sociología*. Illinois: Southern

Illinois University Press Infografía. (septiembre 27, 2016) *Ingredientes y tendencias de comida fuera de la casa en Latinoamérica*. URL

<http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2016/Ingredientes-y-tendencias-de-comida-fuera-de-casa-en-Latam.html>

Jaime Andrés. (agosto 8, 2017). *Se llama “frito pastuso”. Por si no me creían. Qué aberración.*

Publicado en Twitter. URL <https://twitter.com/Jimmyporfavor/status/894971891156484097>

La Guagua de Pan (s.f). *¡Las empanadas de añejo! -Tradición familiar. Expresión de amor-*.

[Figura]. URL

<http://www.laguaguadepan.com/cultura-narintildeense.html>

Listo&fresco (s.f). *Papa Criolla Amarilla.* URL

<https://listoyfresco.com/es/productos/precooked-frozen/papa-criolla-amarilla/>

Mantilla, O. (2011). *La buena mesa colombiana: pretexto para el turismo.* URL

[https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=9TTGpRE2AmQC&oi=fnd&pg=PA9&dq=gastronomia+colombiana&ots=6a80QJEnzs&sig=Y3duLuYhBGnBN\\_yXQvcGsos5imE#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=9TTGpRE2AmQC&oi=fnd&pg=PA9&dq=gastronomia+colombiana&ots=6a80QJEnzs&sig=Y3duLuYhBGnBN_yXQvcGsos5imE#v=onepage&q&f=false)

Mantilla, G. (enero 29, 2018). *El poder de la papa criolla.* URL

<https://www.elcampesino.co/poder-la-papa-criolla/>

Morillo, M. (2002). *Diseño de Sistemas de Costeo: Fundamentos Teóricos.* Sistema de información científica. URL

<https://www.redalyc.org/html/257/25700507/>

Nariño-Café de Colombia. (s.f). *¿Por qué es diferente?* URL

[http://narino.cafedecolombia.com/narino/el\\_cafe\\_de\\_narino/por\\_que\\_es\\_diferente/](http://narino.cafedecolombia.com/narino/el_cafe_de_narino/por_que_es_diferente/)

Ordoñez, C. (1984). *Gran libro de la cocina colombiana.* URL

<http://www.mincultura.gov.co/Sitios/patrimonio/bibliotecas-de-cocinas/tomos/tomo09.pdf>

Página10. (febrero 1, 2018). *Convocatoria de empleo de la Gobernación de Nariño.*

URL <http://pagina10.com/web/convocatoria-de-empleo-de-la-gobernacion-de-narino-2/>

Pasto.com. (diciembre 19, 2018). *Lapingachos*. Publicado en la sección de

Gastronomía. URL <https://pasto.com/blog/2018/12/19/lapingachos/>

Paz, L. (marzo 19, 2010). *Platos típicos nariñenses*. Publicado en su blog personal.

URL <http://zarquita1993.blogspot.com/2010/03/platos-mas-tipicos.html>

Plataforma e-ducativa Aragonesa. (s.f). *El método hipotético-deductivo*. URL

[http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1248/html/42\\_el\\_mtodo\\_hipotticodeductivo.html](http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1248/html/42_el_mtodo_hipotticodeductivo.html)

Pérez, J. y Merino, M. (2010). *Definición de viabilidad*. Definición.de. URL

<https://definicion.de/viabilidad/>

Pereira verde y empoderada (2018). *Pereira es la segunda ciudad del país con menor desempleo*.

URL <https://www.risaralda.gov.co/publicaciones/150961/pereira-es-la-segunda-ciudad-del-pais-con-menor-desempleo/>

Revista dinero (agosto 27, 2014). *Pereira la capital comercial del eje cafetero*. URL

<https://www.dinero.com/pais/articulo/comercio-principal-actividad-economica-pereira/200284>

Revista Dinero. (diciembre 15, 2016). *La radiografía del mercado de comidas rápidas en Colombia*.

URL <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-es-el-mercado-de-comida-rapida-en-colombia/240021>

Salcedo, E. y de León, I. (diciembre, 2013). *Observación sincrónica y observación diacrónica*. URL

[https://www.researchgate.net/publication/5007249\\_Observacion\\_sincronica\\_y\\_observacion\\_diacronica](https://www.researchgate.net/publication/5007249_Observacion_sincronica_y_observacion_diacronica)

Secretaría de gestión inmobiliaria (2013). Alcaldía de Pereira. URL

<http://www.pereira.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencias/Paginas/Secretaria-Inmobiliaria.aspx>

Tiendas Jumbo (s.f). *Se observa los precios de productos*. Página oficial de las Tiendas Jumbo. URL

<https://www.tiendasjumbo.co/>

Tropical Cocktails. (s.f). *Página oficial de Tropical Cocktails*. URL

<http://www.tropicalcocktails.com.co/Inicio/>

Universidad Tecnológica de Pereira. (marzo 21, 2014). *Función de la Universidad*. URL

<https://www.utp.edu.co/institucional/>

Universidad Tecnológica de Pereira (septiembre, 13 de 2018). *Boletín estadístico matrícula total pregrado*. URL

[http://reportes.utp.edu.co/xmlpservlet/publico/Planeacion/Boletin\\_estadistico/Matricula\\_total/matricula\\_total.xdo;jsessionid=xKgybczd3CYJDMYPHhn3dKs64YJzpG3T5s0LYnYW7qQ5YGbn1hZ1!1396136740?\\_xpf=&\\_xpt=0&\\_xdo=/publico/Planeacion/Boletin\\_estadistico/Matricula\\_total/matricula\\_total.xdo&\\_xmode=2&\\_xt=matricula\\_facultad&\\_xf=analyze&\\_xana=view](http://reportes.utp.edu.co/xmlpservlet/publico/Planeacion/Boletin_estadistico/Matricula_total/matricula_total.xdo;jsessionid=xKgybczd3CYJDMYPHhn3dKs64YJzpG3T5s0LYnYW7qQ5YGbn1hZ1!1396136740?_xpf=&_xpt=0&_xdo=/publico/Planeacion/Boletin_estadistico/Matricula_total/matricula_total.xdo&_xmode=2&_xt=matricula_facultad&_xf=analyze&_xana=view)

Volcán Galeras (s.f). En *Wikipedia*. URL [https://es.wikipedia.org/wiki/Volc%C3%A1n\\_Galeras](https://es.wikipedia.org/wiki/Volc%C3%A1n_Galeras)

Wikipedia. (febrero 1, 2019). *Quimbolito*. URL

<https://es.wikipedia.org/wiki/Quimbolito>

Wikipedia. (abril 26, 2019). *Michelada*. URL

<https://es.wikipedia.org/wiki/Michelada>

101 empanadas. (marzo, 2016). *Empanadas*. URL

<https://101empanadas.wordpress.com/historia/>

Clim profesional. (julio 19, 2017). ¿Qué productos de limpieza necesito en mi restaurante?

Publicado en la página web de Clim profesional. URL

<https://www.climprofesional.com/blog/productos-limpieza-restaurante/>

Código Nacional de Policía de Colombia, 2019. Artículo 84. Perímetro de impacto de la actividad

económica. Bogotá D.C. 29 de julio de 2016 Constitución Política de Colombia. Art 61.,

Bogotá D.C., 04 de julio de 1991. URL

<http://www.corteconstitucional.gov.co/Inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia.pdf>

Decreto 462 de 1990. Bogotá, D.C, 25 de agosto de 1990. URL

<https://www.bogotajuridica.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Normal.jsp?i=1739>

Decreto 840 de 2017. Gaceta Metropolitana Extraordinaria del mes de diciembre de 2017. Pereira. 21

de diciembre de 2017. URL

<https://amco.gov.co/Archivos/Articulos/Documentos/00001807.pdf>

Fondo Emprender. (s.f), El fondo emprender: ¿Quiénes somos? Publicado en la página web oficial

del Fondo Emprender. URL

<http://www.fondoemprender.com/SitePages/Que%20es%20FondoEmprender.aspx>

Gómez, M. (diciembre 4, 2003). Tesis: Proyecto de inversión para la instalación de un gimnasio en

el municipio de Tultitlán, Estado de México. Publicado en la página web oficial de la

Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México. URL

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

JobSolutions. (mayo 12, 2016). *Políticas de reclutamiento y selección de personal*. Publicado en su

página web. URL

<https://www.jobsol.com.mx/politicas-reclutamiento-seleccion-personal/>

Kiziryan, M. (s.f). *Flujo de caja*. Publicado en Economipedia. URL

<https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>

Ley 9, De la protección del medio ambiente. Bogotá D.C. 24 de enero de 1979. URL

[http://copaso.upbbga.edu.co/legislacion/ley\\_9\\_1979.Codigo%20Sanitario%20Nacional.pdf](http://copaso.upbbga.edu.co/legislacion/ley_9_1979.Codigo%20Sanitario%20Nacional.pdf)

Ley 232 DE 1995 Publicado en el Diario Oficial No. 42.162. Bogotá D.C. 26 de Diciembre de

1995. URL <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=316>

Luxolar. (abril 11, 2017). *4 claves para iluminar con éxito restaurantes y bares*. Publicado en su página web. URL

<https://www.luxolarled.com/4-claves-para-iluminar-con-exito-restaurantes-y-bares/>

Norma técnica NTC Colombiana 947-1. Infraestructura básica en establecimientos de la industria Gastronómica, Bogotá D.C., 22 de mayo de 2012. URL

[http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/99.NTS\\_USNA\\_006.pdf](http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/99.NTS_USNA_006.pdf)

Norma Técnica Nts-Usna Sectorial Colombiana 008. Categorización de restaurantes por tenedores, Bogotá D.C., 29 de agosto de 2018. URL

<http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=4219da00-adc5-469c-babc-9974bc17217e>

Norma Técnica NTS-USNA Sectorial Colombiana 007, Bogotá D.C. 22 de julio de 2005. URL

[https://www.fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_normatividad/2005/NTS\\_USNA007.pdf](https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2005/NTS_USNA007.pdf)

Resolución 2674, 2013. El ministerio de salud y protección social, Bogotá D.C. 22 de julio de 2013.

URL <https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/604808/1962.pdf/abe38fb4-e74d-4dcc-b812-52776a9787f6>

Sánchez, L. (noviembre 20, 2014). *Presupuesto de gastos*. Publicado en Emrendepyme.net.



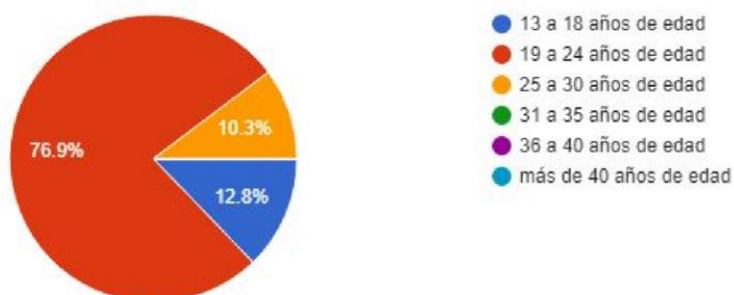
URL <https://www.emprendepyme.net/presupuesto-de-gastos.html>

## ANEXOS

### ANEXO A. RESULTADOS ENCUESTA ANTECEDENTES

¿En cuál de estos rangos de edad usted se encuentra?

39 responses



Gráfica N°1. Fuente propia.

¿Le gustaría que existiera un lugar donde se venda comidas rápidas y bebidas en zonas aledañas a la UTP?

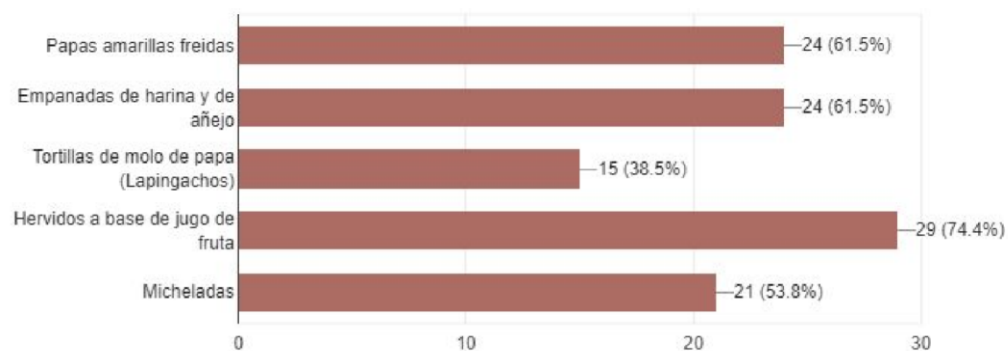
39 responses



Gráfica N°2. Fuente propia.

Señale con una "x" cuál o cuáles de los siguientes productos sería de su preferencia, puede señalar más de uno:

39 responses



Gráfica N°3. Fuente propia.

¿Asistiría usted a este lugar?

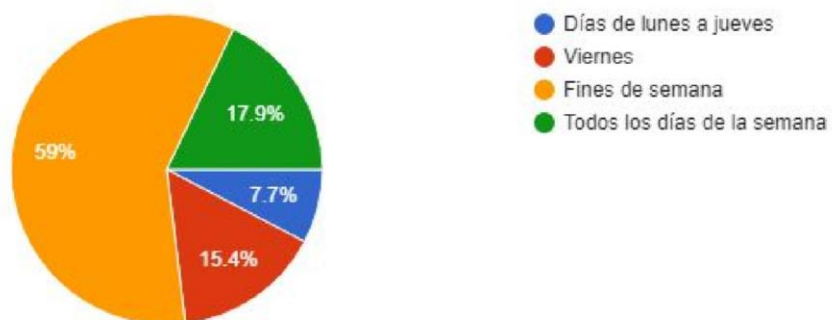
39 responses



Gráfica N°4. Fuente propia.

### ¿Qué días a la semana probablemente usted asistiría?

39 responses



Gráfica N<sup>o</sup>5. Fuente propia.

## ANEXO B FICHA TÉCNICA ANTECEDENTES

Matiz, F. J. (2009). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. Revista EAN.

<https://doi.org/https://doi.org/10.21158/01208160.n66.2009.480>

“Este artículo presenta un análisis de la investigación académica científica alrededor de la temática del emprendimiento, basándose inicialmente en estudios relacionados con la temática a nivel mundial en los que se consideran tanto las publicaciones de artículos y revistas especializadas en esta temática, así como en los métodos más usados por parte de autores e investigadores. Por otra parte se hace una reflexión sobre el “fenómeno de la investigación en emprendimiento” en Colombia, apoyándose en los resultados de la convocatoria de medición de grupos de investigación del Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia “Colciencias” del año 2008”.

DAVARD. (2013). Colombia, líder en emprendimiento. *Portafolio* , (nov 6,2013), economy.

“El 89 por ciento de los colombianos cree que ser emprendedor es una buena opción de carrera, por lo que buscan entidades públicas y privadas que los apoyan”.

## ANEXO C. FORMULACIÓN OBJETIVOS

¿Qué es lo que quiero hacer?	Acciones	¿Qué es lo que busco?	Acciones	¿A dónde vamos a llegar?	Acciones
Determinar la viabilidad financiera.	Aplicar herramientas y cálculos financieros.	Alternativa de ingresos económicos.	Crear empresa.	Emprender la empresa “Snack Bar Urkunina”.	Generar inversión.
Brindar un espacio común para el cliente potencial (Personas de procedencia Nariñense).	Adecuar un lugar para implementar el negocio.	Satisfacer una necesidad del mercado.	Ofrecer productos varios no existentes en el mercado analizado.	Generar utilidades.	Aplicar estrategias de ventas y mercadeo.
Elaborar y comercializar productos.	adquirir materia prima y contratar mano de obra	Brindar una experiencia memorable.	Calidad y buen servicio.	Éxito empresarial.	Realizar una buena gestión aplicando

	para su transformación.				estrategias eficientes.
Estudiar el mercado.	Investigación de mercado.	Determinar el grado de aceptabilidad de los productos.	Realizar un estudio de mercados.	Información relevante sobre el mercado.	Procesar la información para obtener resultados.
Realizar un estudio técnico.	Determinar el tamaño y localización óptimo de la empresa.	Determinar recursos físicos y humanos.	Realizar la estructura organizacional.	Determinar la cantidad a producir, mano de obra y turnos rotativos.	Aplicación del método cualitativo por puntos.

**ANEXO D. FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA APLICADA**

Solicitada por	Angela Estupiñan- Karen Caicedo
Realizada por	Angela Estupiñan- Karen Caicedo
Universo	La población encuestada corresponde a la población económicamente activa de la comuna universidad
Unidad de muestreo	Personas
Fecha	La encuesta se realizó los días 12, 13 y 14 de mayo de 2019
Área de cobertura	Comuna Universidad de la ciudad de Pereira
Técnica de recolección de datos	Encuesta vía electrónica y trabajo de campo
Tamaño de la muestra	123
Objetivo de la encuesta	Recolectar datos de la comuna universidad de la ciudad de Pereira con la finalidad de conocer aspectos como la competencia, la oferta, demanda y precios de la empresa “Snack bar Urkunina”



[illegible]

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	Mes 2: Septiembre 2018																													
Actividades	Semana 1							Semana 2							Semana 3							Semana 4							Se 5	
	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
Formulación y sistematización del problema																														
Plantear objetivo general y específicos																														
Realización de la justificación metodológica																														
Sustentación primer avance																														



[illegible]

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	Mes 6: Mayo 2019																													
Actividades	Semana 1						Semana 2						Semana 3						Semana 4						Se 5					
	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	J	V
Firma docente directora del proyecto																														
Radicación del anteproyecto																														
Evaluación del anteproyecto por parte comité curricular																														



**ANEXO G. PRESUPUESTO POR RUBROS**

CONCEPTO	VALOR
Transporte	<b>\$ 64000</b>
Tecnología Y Comunicaciones	<b>\$30000</b>
Mano De Obra Directa	<b>\$1748992</b>
Papelería	<b>\$20000</b>
Logística	<b>\$20000</b>
Imprevistos (5%)	<b>\$94149</b>
Total	<b>\$1'950.141</b>

## ANEXO H. RECETAS

### AMASIJOS

- **Empanada de añejo**

Tiempo de cocción: 40 min      Raciones: 8 a 10

1 libra (500 gr) de masa de añejo

#### *GUISO*

1 libra (500 gr) de carne pulpa de res cocida y picada en trocitos ¼ libra de garbanzos, pelados y cocidos 4 huevos duros, picados 2 tallos de cebolla larga, picada, 2 cucharadas de manteca de chanco, 2 cucharadas de perejil, sal y pimienta al gusto.

Se mezclan todos los ingredientes y se sofríen en la manteca, revolviendo bien. El añejo se amasa bien con un poquito de manteca y se sacan pequeñas bolas que se extienden con los dedos, sobre una superficie húmeda u hoja de plátano engrasada para formar arepitas delgadas. Se les coloca una cucharada alta del guiso en la mitad, se doblan, se presionan los bordes para cerrarlas y se ponen a freír en aceite muy caliente hasta que estén doradas



- **Lapingachos**

Tiempo de cocción: 40 min    Raciones: 6 a 8

1 libra (500 gr) de papa pastusa pelada y picada 1 libra (500 gr) de papa criolla pelada y picada 3 cucharadas de manteca de cerdo 3 tallos de cebolla larga, picada fina. 2 yema de huevo batida 1 cucharadita de azafrán o color aceite sal al gusto.

Se prepara un sofrito con la manteca, la cebolla el color y la sal. Las papas se cocinan hasta que estén blanditas, y se machacan o se pasan por cernidor, se les agrega las yemas y el azafrán. Se amasa todo bien. Se toman porciones pequeñas y se forman pastelitos panditos, que se ponen a freír en una sartén con muy poco aceite caliente hasta que se doren.

- **Tamales Nariñenses**

Tiempo de cocción: 2 horas    Raciones: 8 a 10

#### *MASA*

4 tazas de arroz blanco, cocido y molido 1 taza de queso blanco, rallado, 3 claras de huevo batidas a punto de nieve, 3 yemas de huevo 1 cucharada de polvo de hornear 2 cucharadas de mantequilla, derretida sal y pimienta al gusto.

A las claras batidas a nieve se les va incorporando poco a poco las yemas, el polvo de hornear, la mantequilla, el queso, sal pimienta y, por último, la masa de arroz sin dejar nunca de batir. Se amasa todo muy bien y se deja reposar.

### *RELLENO*

1 ½ libra (750 gr) de carne pulpa de cerdo (o de pollo) 3 tazas de agua 2 huevos duros y picados 2 cebollas cabezonas picadas 2 tomates maduros pelados y picados 2 ajíes dulces pelados y picados 2 cucharadas de aceite 2 tazas de caldo, sal comino y pimienta al gusto.

La carne se cocina en 3 tazas de agua por 45 minutos aproximadamente, hasta que esta esté blanda. Se saca y se pica en trocitos. La cebolla cabezona, los tomates, el ají, la sal, el comino y la pimienta se sofríen juntos en el aceite. Cuando esté listo el sofrito se añaden los huevos la carne y el caldo, y se deja cocinar a fuego medio hasta que el caldo se consuma y quede un guiso suave.

### *HOJAS*

Suficientes hojas de achira y chumbes. Se les quebranta las venas, se soasan un poco y se engrasan. Se pone una capa de la masa sobre las hojas, un poco de relleno en el centro y se cubre con un poco más de masa. Se envuelven y se amarran. Se ponen a cocinar al vapor por 1 hora en una



olla, con poca agua, bien tapada. Es aconsejable poner una base de venas de hojas en el fondo para evitar que los tamales se peguen. Se acompañan con arroz blanco y ají pique.



- **Bizcochuelo nariñense**

Tiempo de cocción: 15 min Raciones: 6 a 8

14 huevos, separadas claras y yemas, 1 libra (500 gr) de almidón de papa, 1 taza de azúcar, 1 /2 taza de aguardiente, gotas de limón.

Se baten las claras a punto de nieve, luego se van agregando las yemas batidas, el almidón y el azúcar, poco a poco, sin dejar de batir, y por último se añade lentamente el aguardiente y el limón. Se vierte en un molde enharinado y se lleva al horno precalentado a 350°, por 15 min aproximadamente, hasta que suba y se dore.

- **Envueltos de choclo**



Tiempo de cocción: 30 min Raciones: 8  
a 10

10 mazorcas tiernas 1/2 libra (250 gr) de queso blanco rallado, 1 huevo batido, 1 pizca de azúcar sal al gusto hojas de choclo chumbes.

Se rebanan las mazorcas raspando la tusa, se muelen los granos con el queso, y se amasan con el huevo, azúcar y sal hasta que quede una masa firme. Se ponen porciones en las hojas para formar los envueltos de 8 cm de largo, se cierran se

amarran con los chumbes y se cocinan en agua unos 30 min, poniendo en el fondo de la olla unas tusas para evitar que se pegue. Son muy populares para acompañar carnes; también se comen acompañando al café.

- **Mostachones**

Tiempo de cocción: 15 min Raciones: 8

1 libra (500 gr) de harina de trigo 6 yemas de huevo 6 clara de huevo ½ libra (500 gr) de azúcar 2 cucharadas de cascara de limón rallada.

Se baten las claras a punto de nieve, se les van agregando las yemas, el azúcar y la harina poco a poco y sin dejar de batir, y por último el rallado, se sacan cucharadas que se ponen sobre una lata engrasada y se llevan al horno precalentado a 300°, por 15 min aproximadamente.

- **Quimbolitos**

Tiempo de cocción: 20 min Raciones: 8

1 libra (500 gr) de maíz capio (harina) 1 libra (500 gr) de mantequilla 8 huevos batidos 1 libra

(500 gr) de queso blanco, rallado 1 copa de aguardiente 1 taza de pasas hojas de achiras cabuya.

Se bate la mantequilla y el azúcar con la mano hasta formar una sea espumosa. Se le agregan la harina y los huevo poco a poco sin dejar de batir, y luego el aguardiente el queso y las pasas enharinadas. Se mezcla todo muy bien y se van formando los quimbolitos, tomando pequeñas porciones, envolviéndolas en hojas de achira y amarrándolas. Se ponen a cocinar al vapor por 1 hora.

## BEBIDAS

- **Hervidos**

Tiempo de cocción: 25 min

½ litro de jugo de maracuyá, piña, lulo o mora endulzados,  
1/2 botella (750ml) de aguardiente o chapil.

Se pone el jugo de fruta al fuego, y cuando hierva se le agrega el aguardiente o chapil y se deja hervir por 3 min más. Se sirve caliente en tacitas.



- **Jugo de frutas con agua de arroz**

Tiempo de preparación: 1 hora

2 vasos de jugo de cualquier fruta 1 taza de arroz lavado 8 tazas de agua azúcar a gusto.

Se pone a hervir el arroz en el agua hasta que el grano casi desaparezca, se retira del fuego, se deja enfriar y se pasa por un colador. Esta agua- arroz se mezcla con el jugo de cualquier fruta, y se le agrega azúcar al gusto. Se sirve frío.

## **DULCES Y POSTRES**

- **Postre de tomates**

Tiempo de cocción: 30 min Raciones 8 a 10

20 tomates con cascara 1 libra de (500 gr) de azúcar 3 /4 litros de agua, 8 clara de huevo batidas a punto de nieve.

Se cocinan los tomates en el agua hirviendo por 10 minutos. Se sacan se cuela e agua y se mezcla con el azúcar para hacer un almíbar liviano. A este almíbar se le incorporar poco a poco las claras. Los tomates se ponen en una bandeja y se cubre con el almíbar.

- **Dulce de calabaza**

Se utiliza una calabaza madura, hay que lavarla bien pasándola dos veces por agua, se saca la primera agua y al colocarle la segunda agua se pone a cocinar adicionándole panela, al tiempo se licua chilacuan para echarle a la calabaza y se deja hervir hasta que, de punto, durante todo un día, es necesario revolver continuamente para que no se pegue. Se sirve con queso.

### **Dulce de chilacuan**

Chilacuan, canela y panela

Se pela los chilacuanes, se quita la semilla y se lavan muy bien, cortándolos en julianas. Se colocan a cocinar hasta que estén medio suaves.

Aparte se prepara el melado con el jugo de las semillas del chilacuan y la

panela, se deja que espese un poco y luego se le agrega el chilacuan, dejando que hierva y penetre el dulce sobre el chilacuan. Se deja enfriar y se sirve con queso.

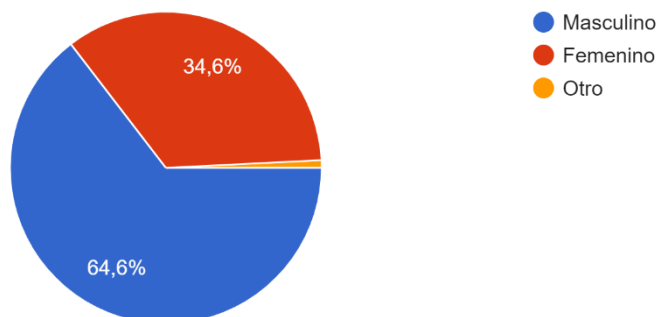


Este plato hace parte del atractivo turístico en la cocha y está presente de manera cotidiana en las familias. (Ordoñez, 1984).

## ANEXO I. RESULTADOS ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADOS

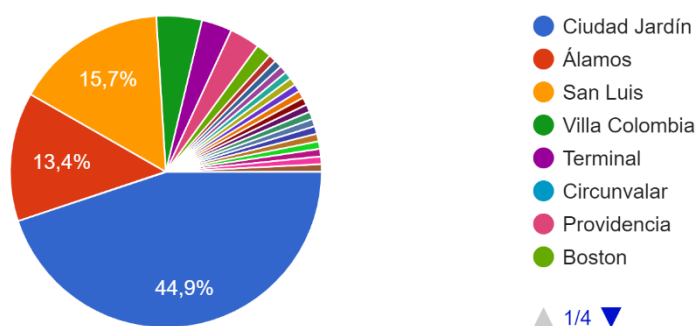
### 1. Sexo

127 respuestas



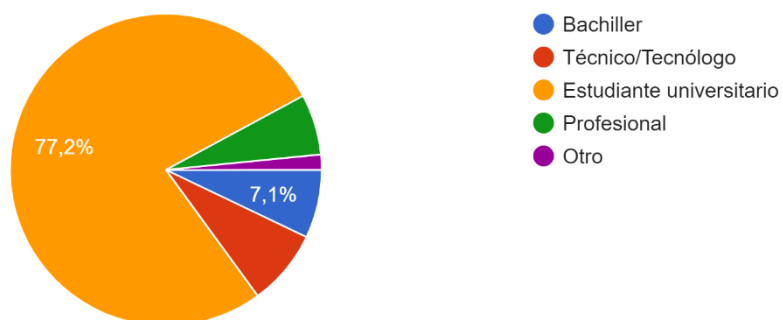
### 2. Barrio en el usted que reside

127 respuestas



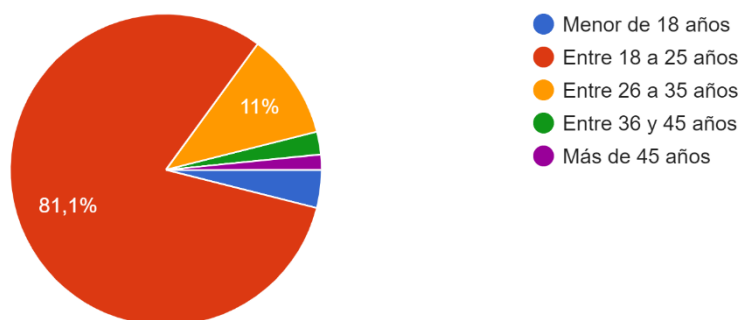
### 3. ¿Cuál es su nivel educativo?

127 respuestas



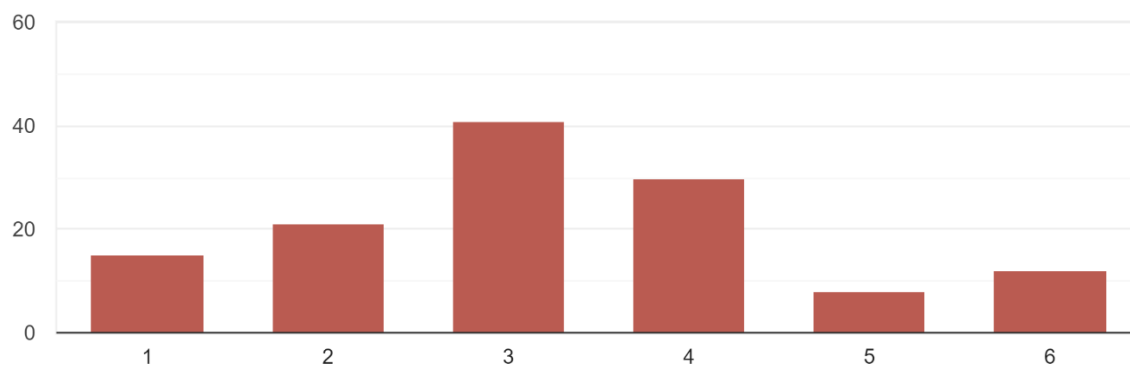
### 4. ¿Entre cuáles de los siguientes grupos de edades se encuentra usted?

127 respuestas



5. ¿A qué estrato pertenece usted según los recibos públicos del lugar en el que vive?

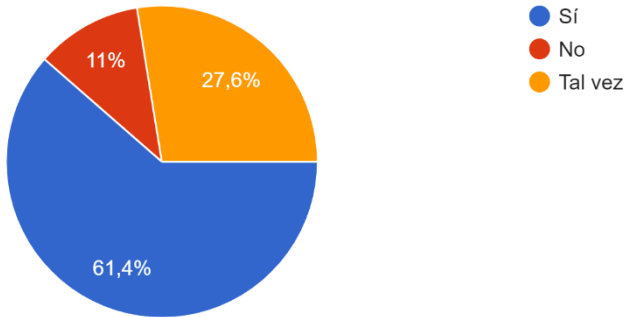
127 respuestas





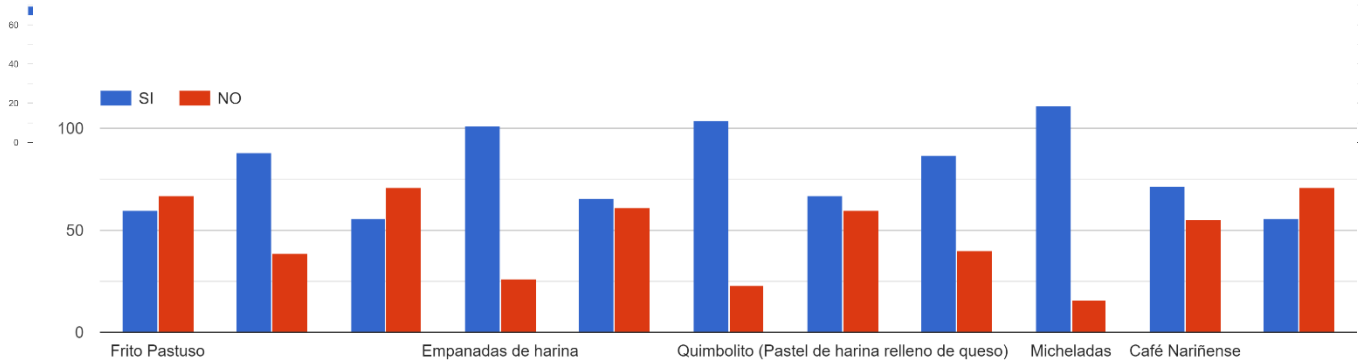
6. ¿Le gustaría a usted que existiera un lugar donde se vendan pasabocas y bebidas alcohólicas en zonas aledañas a la UTP?

127 respuestas



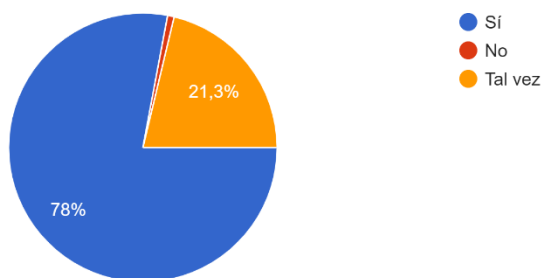
8. De los anteriores productos y bebidas, ¿cuáles usted ha probado?

7. S



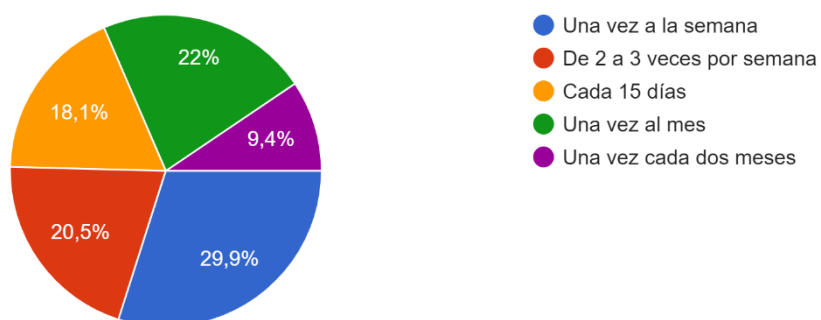
### 10. ¿Asistiría usted a este lugar?

127 respuestas



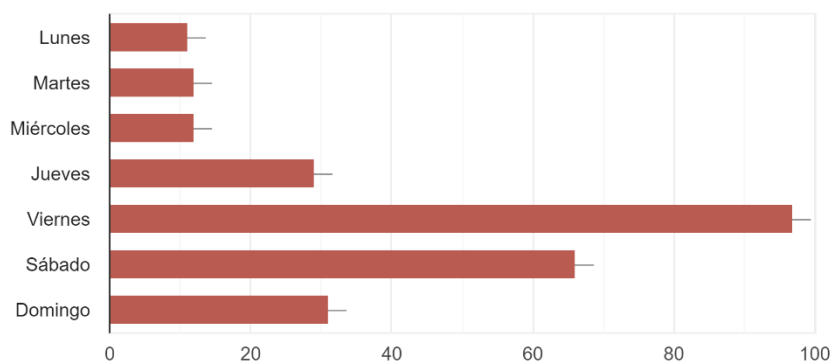
### 11. ¿Con qué frecuencia asistiría usted a este lugar?

127 respuestas



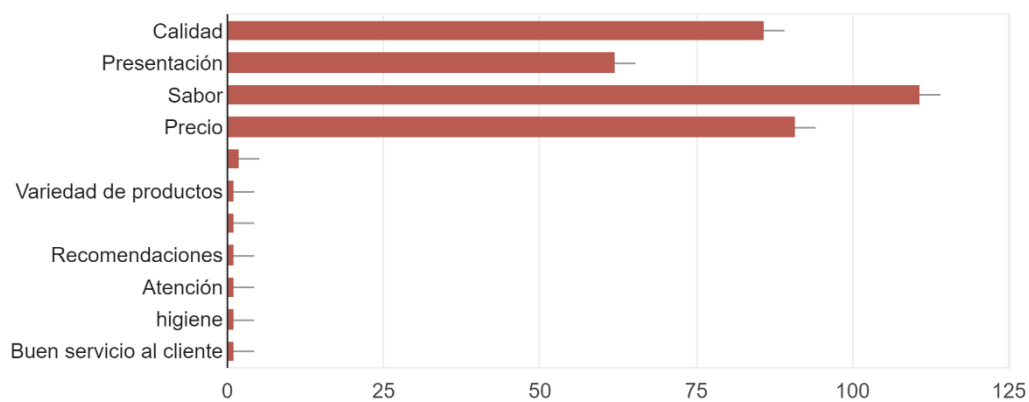
### 12. ¿Qué días a la semana probablemente usted iría?

126 respuestas



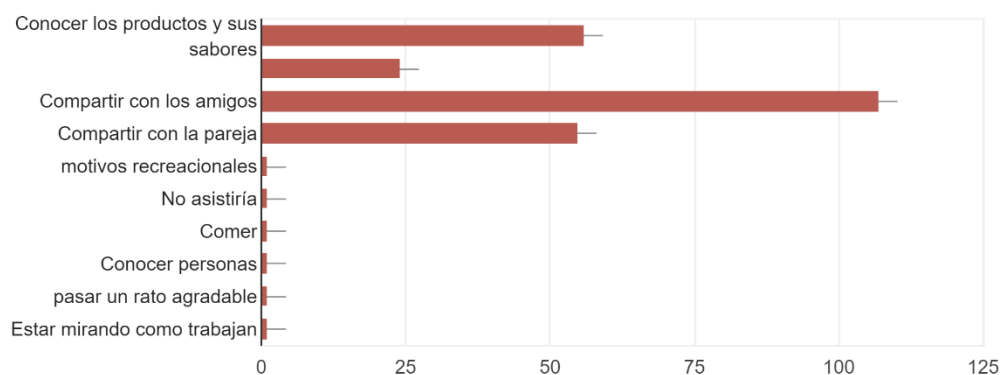
### 13. ¿Cuáles son las características que usted tiene en cuenta a la hora de comprar comida preparada?

127 respuestas



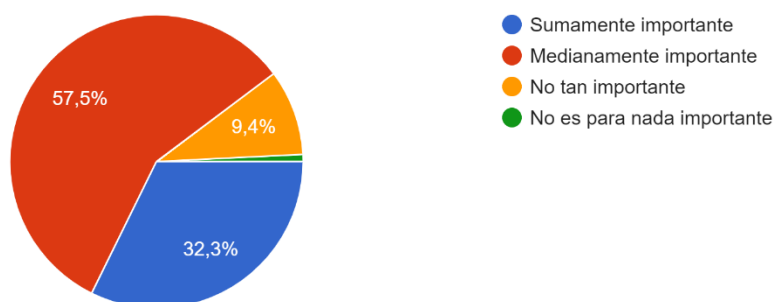
14. ¿Cuál es el/los motivo(s) por el cual usted asistiría a un lugar que ofrezca pasabocas y bebidas alcohólicas?

127 respuestas



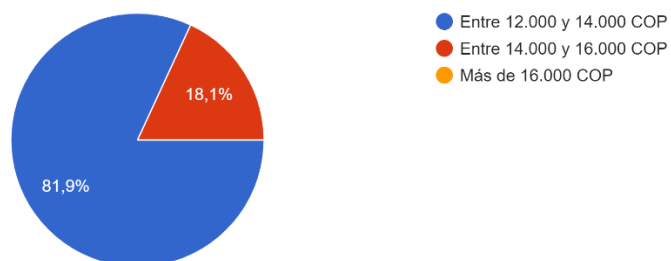
15. A la hora de comprar comida preparada, ¿qué tan importante es para usted el precio?

127 respuestas



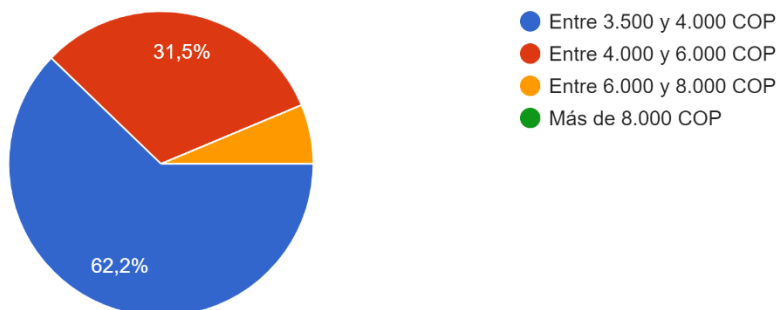
16. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto usted a pagar por una porción de 200 gr de frito pastuso acompañada ...rispetas, con adición de ají de maní?

127 respuestas



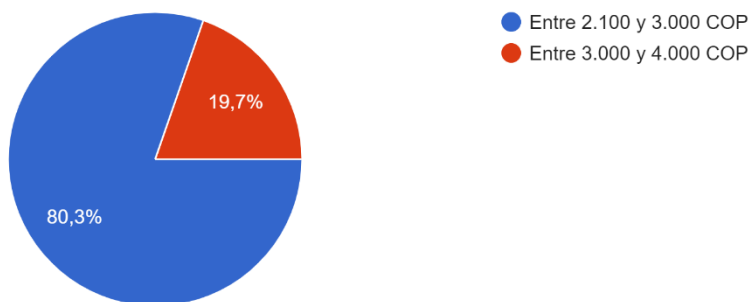
17. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto usted a pagar por una porción de 200 gr de papas criollas amarillas ...12 oz de la gaseosa de su preferencia?

127 respuestas



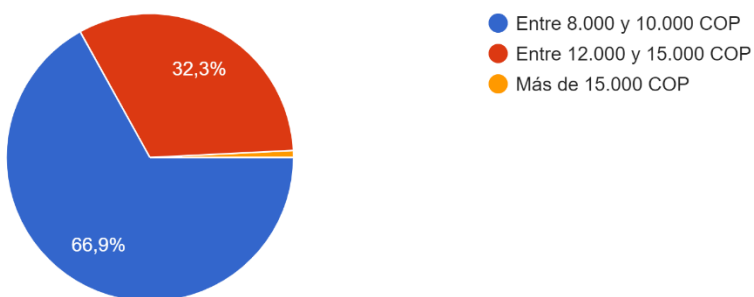
18. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto usted a pagar por TRES empanada de harina y/o ajeño?

127 respuestas



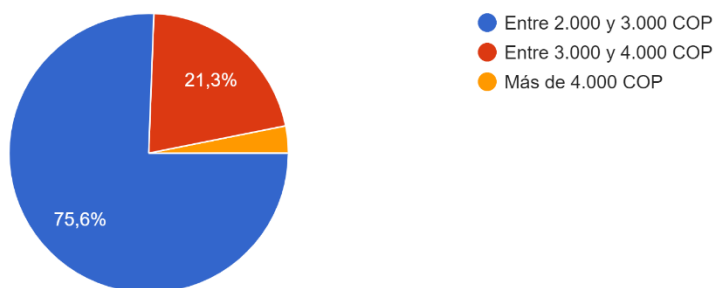
19. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto usted a pagar por TRES tortillas de papa acompañadas de ensalada y 125 gr de carne de cerdo, res o pollo?

127 respuestas



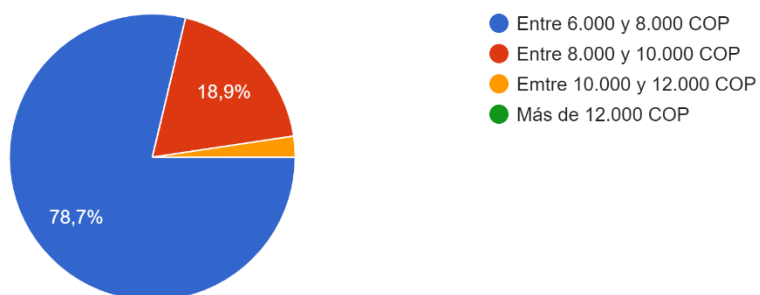
20. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por un quimbolito de 140 gr?

127 respuestas



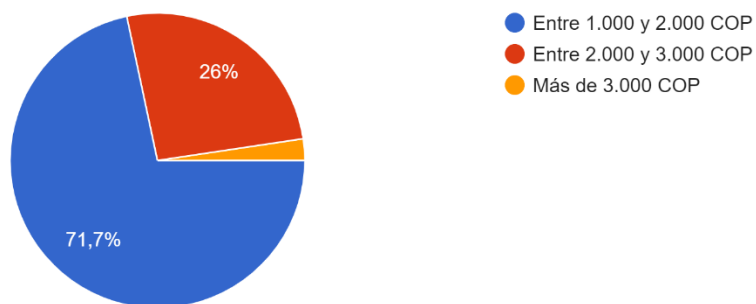
21. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto usted a pagar por una porción de choriza sandoneña de 100 gr acom...da de una papa mediana y una arepa?

127 respuestas



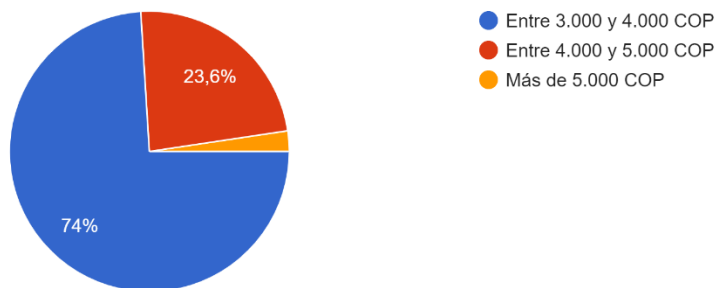
22 . En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto usted a pagar por una taza de 8 oz de café Nariñense?

127 respuestas



23. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un vaso de 16 oz de hervido?

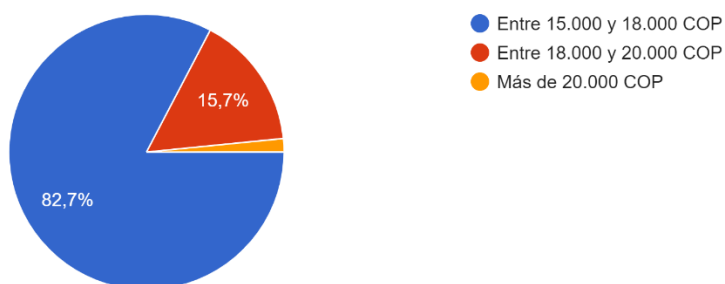
127 respuestas





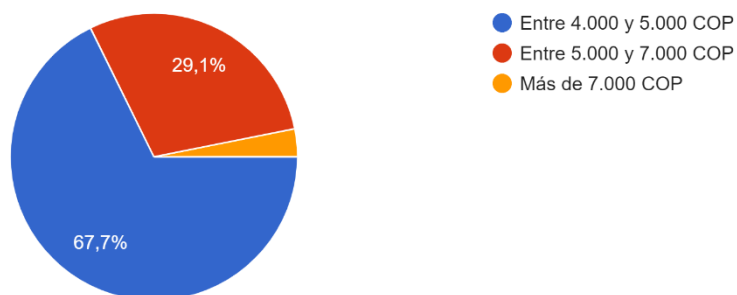
24. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto usted a pagar por una jarra de 1,5 lt de hervido de la cual se pueden sacar 5 vasos de 10 oz?

127 respuestas



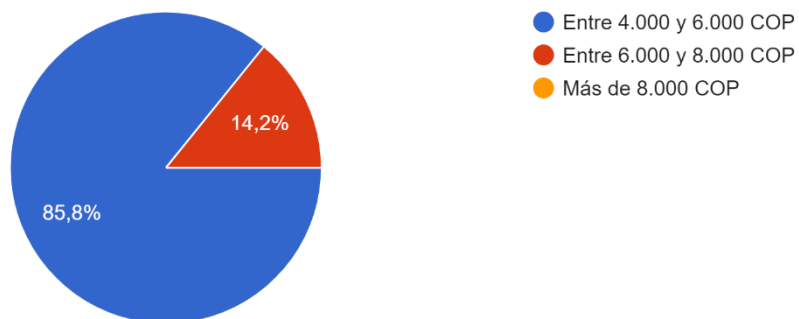
25. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto usted a pagar por una vaso de 20 oz de michelada de su cerveza preferida?

127 respuestas



26. En promedio, ¿cuánto estaría dispuesto usted a pagar por porción de 100 gr de postre de dulce de chilacuán acompañada de queso?

127 respuestas



27. ¿Le gustaría a usted que la empresa lleve sus platos hasta el lugar donde se encuentra?

127 respuestas

